



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB  
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS  
Curso de Bacharelado em Relações Internacionais

**RAFFAEL BRUNETTO**

**Exportações culturais japonesas: seu impacto internacional, capacidade de captação  
e exercício de *soft power* e a formação identitária negra norte-americana**

**BRASÍLIA  
2021**

**RAFFAEL BRUNETTO**

**Exportações culturais japonesas: seu impacto internacional, capacidade de captação e exercício de *soft power* e a formação identitária negra norte-americana**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Prof. MSc. Fernanda Luiza Silva de Medeiros

**BRASÍLIA  
2021**

**RAFFAEL BRUNETTO**

**Exportações culturais japonesas: seu impacto internacional, capacidade de captação e exercício de *soft power* e a formação identitária negra norte-americana**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Prof. MSc. Fernanda Luiza Silva de Medeiros

**BRASÍLIA, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021**

**BANCA AVALIADORA**

---

**Prof. MSc. Fernanda Luiza Silva de Medeiros**

---

**Professor(a) Avaliador(a)**

## RESUMO

O presente estudo busca analisar como duas ocorrências aparentemente desconexas estabelecem uma profunda relação. Desse modo, ao apresentar e demonstrar historicamente as produções culturais japonesas, as quais seriam exportadas em quantidade bastante considerável a partir de 1965 — especialmente as peças literárias de Osamu Tezuka —, almeja-se revelar como estas desempenharam um papel essencial e inestimável à formação identitária negra norte-americana. Para isso, são tecidos argumentos e evidências históricas comprobatórias acerca tanto da influência que os produtos nipônicos receberam das produções artísticas midiáticas dos Estados Unidos da América, particularmente após o fim da Segunda Guerra Mundial, quanto a respeito de questões raciais e sociais que a população negra norte-americana foi submetida, além de como tal situação se fez responsável por lacunas em sua formação identitária. Isto posto, são dissertados os mecanismos plausíveis ao Japão no seu exercício de poder no cenário internacional — em particular quando em mente as sanções advindas da derrota no confronto supracitado —, além de estabelecer paralelos a fim de elucidar a oposição diametral que estes mecanismos modernos apresentam em relação aos em utilização desde a Restauração Meiji até o fim da Segunda Guerra Mundial. Ademais, versar-se-á sobre como o adentramento de produtos culturais importados foi essencial à construção identitária, especialmente à figura da pessoa negra dentro da sociedade e seus possíveis papéis a serem desempenhados. Por fim, como mecanismo de compreensão aprofundada, há de se utilizar a teoria do *frame* para que se disseque e analise os meios pelos quais a adesão negra aos produtos culturais japoneses se deu.

**Palavras-chave:** *soft power* - exportações culturais japonesas - Ásia - Estados Unidos da América - cultura popular - formação identitária - comunidade negra norte-americana - *frame*

## ABSTRACT

The present study aims to analyse how two seemingly separate occurrences establish a deep relation. Thus, by presenting and historically demonstrating Japanese cultural productions, which would be exported in a considerable quantity from 1965 onwards — especially the literary pieces by Osamu Tezuka —, the intent is to reveal how these played an essential and inestimable role in the identity development of the african americans in the United States of America. With this aspiration, arguments and supporting historical evidence are woven about both the influence than Japanese products received from the artistic media productions of the United States of America, particularly after the end of World War II, and about racial and social issues that the black population was submitted, in addition to how this situation was responsible for gaps in its identity formation. Nevertheless, the plausible mechanisms for Japan to its wield of power in the international scenario are discussed — in particular when in mind the sanctions arising from the defeat in the aforementioned confrontation —, as well the establishment of parallels in order to elucidate the diametrical opposition that these modern mechanisms present in relation to those in use from the Meiji Restoration until the end of World War II. Furthermore, it will discuss how the entry of imported cultural products was essential to the construction of identity, notably the figure of black people and their conceivable roles within society. Finally, as a mechanism for in-depth understanding, the frame theory must be applied to dissect and analyze the means by which black adherence to Japanese cultural products took place.

**Keywords:** soft power - japanese cultural exports - Asia - United States of America - popular culture - identity formation - african american community - frame

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Os critérios do <i>frame</i> .....	22
Quadro 02 - Aplicação dos critérios de ressonância .....	51

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
MARCO TEÓRICO	11
<i>SOFT POWER</i>	11
<i>FRAMING</i>	19
Quadro 01: Os critérios do framing	22
SOBRE AS EXPORTAÇÕES CULTURAIS JAPONESAS	24
APLICANDO O FRAMEWORK TEÓRICO AO CASO JAPONÊS	44
Quadro 02: Aplicação dos critérios de ressonância	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS	55

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho destina-se a argumentar acerca do *soft power* japonês, tendo, evidentemente, as asserções do cientista político norte-americano Joseph Samuel Nye Jr. como arcabouço teórico para o tema, além de diversas contribuições teóricas tangentes a essa teoria. Ademais, versa-se também acerca da necessidade explícita de utilização japonesa do *soft power*, devido seu processo de desmilitarização advindo das sanções da Segunda Guerra Mundial, bem como seus mecanismos de obtenção deste. Outrossim, discorrendo sobre tais mecanismos, faz-se fulcral que se disserte e investigue como o exercício do *soft power*, pelo Japão, exerce influência direta ou indireta em diversos pontos focais, como a comunidade negra norte-americana — a qual serviu de alicerce prático, uma vez que suas interações e entremeados com as exportações culturais japonesas se comportam de maneira tão interessante e peculiar.

De mais a mais, buscar-se-á desenvolver sobre o imenso potencial que o Japão possui na obtenção de *soft power* com suas exportações culturais populares, como os animes e mangás, e, concomitantemente, de qual maneira a exportação desses produtos culturais exerceram influência sobre a comunidade negra norte-americana, devido questões específicas à sua formação identitária e à ausência de certos aspectos fundamentais à construção de um ideal representativo de um povo. Outrossim, com a tutela de teorias das ciências sociais, esforçar-se-á a dissertar mais aprofundadamente sobre as metodologias utilizadas a fim de captar tal afeição por parte desse público-alvo supracitado. Ademais, também serão expressas explanações acerca de quais são essas exportações culturais populares feitas pelo Japão, bem como demonstrar historicamente sua origem e estimar a importância desses produtos domesticamente e, posteriormente, seu impacto internacional.

Além disso, objetiva-se citar exemplos de projetos de exportação japoneses bem sucedidos, especialmente nos Estados Unidos da América e esboçar o adentramento das exportações culturais populares japonesas nos Estados Unidos da América — perpassando momentos em que sua relevância se mostrou mais imponentes e outros em que seu consumo era bastante pertencente a um nicho. De

mais a mais, dadas as discussões acerca do conceito de *soft power*, busca-se também analisar a posição que o Japão ocupa atualmente no cenário internacional e as potencialidades provenientes de tal posição. Com isso, comparar comportamentalmente, de maneira breve, a abordagem japonesa no cenário internacional antes da Segunda Guerra Mundial e depois do conflito.

Ademais, almeja-se analisar numericamente os valores econômicos provenientes dessas exportações e quantificar seu valor além do cenário internacional de poder, especialmente em casos específicos à contemporaneidade. Além disso, marginalmente, abordar-se-á o histórico imperialista japonês e seu envolvimento ideológico e militar na Segunda Guerra Mundial, especialmente por estar alinhado ao lado perdedor, e como isso impactou a aptidão de captação desse *soft power* em ambientes específicos.

Aliás, esse estudo busca colocar em pauta a verdadeira capacidade dotada pelo *soft power*, dado o uso japonês deste e as recorrentes críticas feitas à teoria de Nye. De mais a mais, o contexto social contemporâneo situa o tema sobre a representatividade negra nos Estados Unidos da América e a adesão dessa comunidade às importações culturais populares em um lugar bastante privilegiado, uma vez que as tensões raciais norte-americanas, embora não sejam recentes, têm suas discussões frequentemente afastadas dos holofotes e, por isso, suas efetivas repercussões no cenário internacional não são, ainda, completamente sabidas.

Para isso, o primeiro capítulo destina-se a abarcar todo o referencial teórico necessário para o desenvolvimento argumentativo seguinte. Desse modo, são feitas explanações aprofundadas acerca da definição dos conceitos de *soft power*, *hard power* e a teoria do *Tabuleiro de Xadrez Tridimensional*, no que concerne às teorias das relações internacionais a serem utilizadas neste trabalho. A fim de enriquecer as utilizações das asserções de Nye e ampliar a compreensão interpretativa deste esforço teórico, são utilizadas também diversas outras leituras destinadas a argumentar com tais afirmações do norte-americano. Além destas, é explicitada também a teoria de *frame*, de Robert Benford e David Snow, advinda das ciências sociais, além das pontuais e indispensáveis contribuições teóricas da professora da Universidade de Brasília, Vânia Carvalho Pinto.

Prontamente, o segundo capítulo debruça-se a discorrer imensamente sobre quais seriam as produções culturais japonesas que estão sendo massivamente exportadas, qual o papel que estas desempenham na obtenção japonês de *soft power* e, brevemente, como exerceu-se o adentramento destas no território norte-americano. De mais a mais, adentra a explicitação acerca de valores econômicos gerados pelas exportações culturais japonesas, o que baseia tanto a argumentação tangente à importância destes produtos para a lucratividade japonesa quanto para a relevância destes à comunidade negra norte-americana.

Outrossim, contextualiza historicamente os precedentes necessários que possibilitaram a adesão desses produtos, especialmente dos animes e mangás, e sua relevância cultural e identitária ao público-alvo. Dessa forma, são elucidadas as circunstâncias sociais e raciais nos Estados Unidos da América, bem como as formas adotadas pela indústria nacional de *cultura pop* de retratar seus nacionais, especialmente os afrodescendentes. Isto posto, neste capítulo também é versado acerca das adaptações utilizadas pelos norte-americanos ao receberem as exportações culturais japonesas em seu território. Ademais, referindo-se também à exportação porém destinada a seus vizinhos, versa inclusive acerca dos ressentimentos provenientes do passado imperialista japonês e como este torna recorrente certos enfrentamentos quanto à aceitação de seus produtos, especialmente em relação às pessoas mais velhas.

Para mais, no terceiro capítulo é feita a aplicação deste *framework* teórico ao caso japonês. Com isso, são tecidas argumentações acerca das políticas governamentais adotadas pelo Japão a fim de impulsionar ainda mais a indústria de produções culturais nacionais — o “*Cool Japan*” — e o conceito de *pop-culture diplomacy*, especialmente quando são levadas em consideração as concepções sabidas acerca das atividades imperialistas japonesas anteriores à Segunda Guerra Mundial. Ademais, são aplicados os entendimentos sobre *framing* explanados no primeiro capítulo à interação desenvolvida entre os negros norte-americanos e as produções culturais japonesas. Para isso, foi designado como fundamental o processo de adesão voluntária inicial e o reconhecimento japonês desse processo, além do enquadramento da teoria no caso prático e esclarecimentos acerca das limitações encontradas na aplicação da teoria.

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. SOFT POWER

Tendo em mente que todo o corpo do presente trabalho será pautado a partir de argumentações moderadas por conceitos específicos da ciência política, das ciências sociais e das relações internacionais, é expresso o interesse de estabelecer e de distinguir, primordialmente, os conceitos de *hard power* e *soft power*. Estes foram concebidos pelo cientista político estadunidense Joseph Nye, o qual entende a política internacional e suas relações de poder entre atores internacionais em uma perspectiva de tabuleiro de xadrez tridimensional em três camadas de três níveis de poder.

No mundo político globalizado, a manutenção do poder tornou-se cada vez mais complexa e interligada. Desse modo, o poder coercitivo não é mais o único mecanismo utilizável a fim de expressar influência e, com isso, esse método se vê forçado a dividir espaço com outros recursos de expressão de influência e de exercício de poder, sendo esses capazes de se demonstrarem mais intangíveis, porém, mais atraentes. Para que o exercício do poder seja feito da melhor maneira possível, e os agentes internacionais sejam aptos e hábeis de desequilibrar a balança de poder a seu favor, ou seja, mantenha ou ascenda à posição de potência hegemônica do sistema, ele deve agir de maneira bastante articulada e astuta dentro do jogo de poder.

Para que se compreenda mais profundamente o conceito de *hard power*, o estabelecimento de sua definição é imprescindível. Entende-se a expressão coercitiva do poder, o *hard power*, segundo Joseph Nye em sua obra “*O Paradoxo do Poder Americano*”, como a expressão do poder dividida em duas vertentes, uma militar e outra econômica, embora não haja uma restrição às suas compreensões apenas ao âmbito militar, é bastante comum que se ignore o fato de que suas implementações e atividades estão restritas aos Estados para exercê-lo. Quanto à vertente militar dessa expressão, esse extrapola o conflito armado de fato, abrangendo além de guerras e intervenções militares. Tanto a coerção quanto a indução e a dissuasão também podem ser consideradas como *hard power* militar. Na guerra, um Estado que se posta a fim de subjugar um outro tem a capacidade,

por intermédio de ameaças, medos ou punições, de persuadir, dissuadir ou induzir para que o país conquistado realize tudo o que o conquistador deseja (NYE, 2002). Ademais, quanto à vertente econômica do *hard power*, essa está ao redor do potencial econômico detido por um ator internacional e de sua aptidão de articulação de pautas que se encontram circundantes à temática econômica.

Dentre eles, instrumentos como sanções, embargos, suspensão de subsídios, parcerias e investimentos. A vertente econômica do Hard Power exige um nível de articulação que vai além do volume econômico em si como é no caso do PIB (MARTINELLI, p. 69, 2016).

Outrossim, quanto à conceitualização e compreensão do termo *soft power*, Nye o discorre como a ferramenta de devotar esforços a fim de exercer influência por meios diferentes do militar e econômico, afora de sua permissibilidade de atuação por agentes que não sejam Estados. Esse mecanismo é caracterizado por suas valências indiretas, transnacionais e de resultados não imediatos. O principal atributo do *soft power* é que seu domínio abrange aspectos ideológicos, sociais e culturais. Nye destacou que o *soft power* deve ser essencialmente um meio atraente e deve encantar os atores que desejam imitar aqueles que exercem esse poder, em vez de forçá-lo ou impeli-lo a fazer o que se deseja. É evidente, também, que existe uma devida cautela em termos de influência, uma vez que se encontram formas de influência benéficas, contudo ameaçadoras.

O *soft power* é uma expressão sedutora de poder que faz as pessoas desejarem igualdade, em vez de forçá-las a isso.

Atualmente, conceitos como democracia, paz, liberdade, pluralismo, autonomia, liberalismo, igualdade, prosperidade, sustentabilidade, desenvolvimento, instituições fortes, política externa e sistemas seguros, são vistos como globalmente positivos, portanto, fazem parte do que é entendido por Soft Power (MARTINELLI, p. 70, 2016).

No entendimento de Nye, o *hard power*, caracterizado pelo poderio militar e econômico, e o *soft power*, com suas fontes atrativas de poder ideológico-social e cultural, devem se complementar para que um país mantenha sua hegemonia ou se transforme em um país hegemônico no Sistema Internacional, portanto, não se demonstra inteligente que se foque apenas em uma dessas duas forças, bem como deve-se haver o empenho em ambas para que sejam capazes de alcançar o ápice de suas capacidades e de sua eficiência.

Com isso em mente, há de se contemplar o método como esses dois poderes são implementados na política internacional e qual o propósito motivador de seu exercício. Levando em consideração que, de acordo com Nye, a aplicação desses poderes seguia a teoria do *Tabuleiro de Xadrez Tridimensional*, há de se esclarecer o que é esse tabuleiro e como este e cada uma de suas três camadas operam. De mais a mais, é inevitável também que se compreenda que, dentro de um sistema internacional, os Estados se dispõem e se relacionam sob uma interdependência complexa. Essa teoria foi fundamentada por Nye, em adição do também cientista político estadunidense, Robert Keohane. Nye e Keohane definiram esta interdependência com base em três aspectos principais.

(1) a primeira afirma que os Múltiplos Canais conectam sociedades. Esses canais são mostrados em três atos: interestatais, transgovernamentais e relações transnacionais, ou seja, qualquer ato bilateral ou multilateral que seja interestatal, transgovernamental ou uma relação transnacional, independente do ator que a exerça, será uma ação característica dos Múltiplos Canais; (2) a segunda característica da Interdependência Complexa diz que a agenda das relações interestatais não está organizada de maneira hierarquicamente clara, isso quer dizer que a segurança militar não, necessariamente, é o tema dominante da agenda, a questão da agenda vai depender de acordo com o grau de interesse que o tema traz para os Estados; (3) a terceira e última característica é definida pela não utilização da força militar de um governo em direção a outro ator quando a Interdependência Complexa prevaleça na região de interesse deste Estado. Nye e Keohane exemplificam que uma questão econômica entre parceiros não é interessante de ser resolvida militarmente, porém, a força militar de um governo direcionado a outro pode ser utilizada de forma interessante na condição que esse ato seja focado em um bloco ou ator rival (MARTINELLI, p. 67, 2016).

Uma vez que o jogo internacional se especifica pela inevitável sucessão de atos entre os Estados, ou até mesmo em certas circunstâncias, atores não-estatais, esse finda-se por caracterizar-se como uma interação “interestatal, transgovernamental ou uma relação transnacional, o que acaba por ser a característica primeira da Interdependência” (MARTINELLI, 2016) independentemente se essa se encaixa na expressão *soft* ou *hard* do poder.

De resto, ao que tange às camadas da distribuição do poder no Sistema Internacional, a camada mais acima corresponde ao conteúdo bélico do Estado, logo articulada principalmente pelo *hard power*, “toda esfera que envolva, de alguma forma, a questão militar, seja direta ou indireta, pode ser entendida como um ato referente à Camada Superior” (MARTINELLI, 2016), embora não se deva confundir

essa camada como o ato restrito da guerra, bem como se é comumente feito quanto ao *hard power*. Levando em consideração o cenário atual e as potencialidades bélicas de maior capacidade de destruição e, portanto, coação, essa camada é constituída por um número bastante pequeno de atores, uma vez que, atualmente, apenas os Estados que possuem o potencial de armamento nuclear são ocupantes de lugares nessa seleta camada.

Já quanto à camada intermediária, essa é identificada pela correspondência ao aspecto econômico do Estado, a qual, bem como a anterior, é uma matriz do *hard power*, “o poder da economia expresso nesta camada não é voltado exclusivamente para o volume bruto de capital que um Estado é capaz de gerar” (MARTINELLI, 2016), mas sim a inteligência por trás de seus investimentos, não somente visando o lucro advindo deles, mas como a influência que esses podem gerar. Essa camada, nesse caso, dissidente de sua antecessora, não é tão seleta quanto sua composição, tanto em número quanto em exclusividade da participação de Estados.

Por fim, a última camada concerne ao fragmento mais especulativo do Tabuleiro, uma vez que nele

a efetividade vai além dos limites fronteiriços do Estado, e é onde ocorrem as relações transnacionais. Nesta camada o poder não está restrito ao Estado, uma parte considerável dos jogadores são os atores não-estatais, que podem ser reconhecidos porque o *Soft Power* escapa do controle que o Estado pode exercer e sobre quem essa fonte de poder vai ou não afetar (MARTINELLI, p. 75, 2016).

Nessa camada, destacam-se questões concernentes à cultura, à sociedade e à ideologia e, devido à clara difusão pouco compreensível característica do *soft power*, hegemonia e tipos de polaridades não tem seu estabelecimento feito de maneira conveniente. Por fim, compreendidas as camadas do tabuleiro e a dinâmica da disposição dos agentes dentro delas, além de entendidos os conceitos tanto de *soft power*, quanto de *hard power* e, especialmente a teoria da *Interdependência Complexa*, fica evidente que a hegemonia internacional cada vez mais pende para o agente que melhor implementa, de maneira inteligente, suas potencialidades militares, econômicas, sociais, culturais e ideológicas.

Ademais, fundamentando as seguintes argumentações nos textos “*Soft Power: the Means to Success in World Politics*”, “*Power in the Global Information*

*Age: From Realism to Globalization*” e “O Paradoxo do Poder Americano: Por Que é Que a Única Superpotência Mundial Não Pode Actuar Isoladamente?”, de 2004, 2004 e 2005, respectivamente — sendo o último uma tradução feita por Tiago Araújo para português. Faz-se fulcral que se compreenda que essa trilogia serve para que Nye estabeleça suas reflexões mais amplas sobre o conceito, cunhado por si, de *soft power* (especialmente em contraposição ao *hard power*, que os Estados Unidos da América eram conhecidos por utilizar em demasia) que o estadunidense propõe inicialmente em seu livro “*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*”, publicado em 1990.

Tratando deste livro, Joseph Nye busca derrubar quaisquer “leis de ferro” sobre a utilização e categorização do poder que fossem existentes, para que, com isso, introduzisse seu pensamento de ampliação das fontes e da complexidade compreensiva sobre o conceito de *poder* nas relações vigentes no cenário internacional. Como é descrito por Lobo-Fernandes,

Nye não propõe apenas uma «transformação do poder», mas também uma clarificação das fontes do poder, para uma melhor avaliação das novas dinâmicas internacionais. Nye divide o poder em três categorias gerais: para atingir objectivos um Estado pode: 1) «coagir com ameaças», 2) «aliciar com pagamentos», ou, ao invés, 3) «atrair e cooptar» (*co-optive behavioral power*) (LOBO-FERNANDES, p. 169, 2005).

Para que haja melhor compreensão das reflexões exercidas durante o passar do texto, há de se salientar de maneira direta a concepção motivadora utilizada por Nye ao conceito que havia criado, e segue:

Para Nye, o conceito de *soft power* – que elabora no prefácio do livro *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004) – é definido fundamentalmente como uma capacidade persuasiva de poder, ou seja, a capacidade de um Estado obter algo através de um efeito de atracção e não por coerção ou pagamento, e assenta fundamentalmente no potencial atractivo da universalidade da cultura de um país, dos valores políticos, e das suas políticas. Este poder tem, assim, uma lógica indirecta. Em contextos de interdependência complexa os estados deverão em consequência considerar critérios mais alargados nos próprios conceitos de segurança e defesa (LOBO-FERNANDES, p. 169, 2005),

e salienta-se que o olhar de Nye aplicava-se directamente à situação norte-americana quanto à compreensão e utilização de seus recursos de poder para que, assim, pudessem manter a alta influência internacional, a qual era vital, que detinha.

Portanto, como no texto de Lobo-Fernandes, explana-se como o “sucesso dos Estados Unidos medir-se-ia sobretudo pela capacidade *de power conversion*, ou seja, na capacidade para converter o poder potencial medido em recursos brutos em «poder realizado» medido pela mudança de comportamento de terceiros” (LOBO-FERNANDES, 2005) e, que segundo Nye, o *soft power* seria uma espécie de "poder real" que se transforma na capacidade de alcance objetivos duradouros.

Ademais, embora tenha-se elencado bastantes definições para que fosse clara a compreensão do *soft power*, este trabalho também se propõe a ilustrar sua contraposição ao mecanismo tradicional de exercício do poder, o *hard power*, e para isso teceu o seguinte trecho:

Nye considera que o *hard power* definido pela combinação de capacidade militar e capacidade económica são essenciais, mas argumenta que tais meios não garantem o êxito em política internacional e, por vezes, minam em vez de potenciar as metas que se pretendem atingir. Sublinha mesmo que apesar da concentração de poder detido hoje pelos Estados Unidos – sem paralelo aparente na história – tal é insuficiente para fazer face a problemas globais como o terrorismo, a proliferação de armas de destruição maciça e a degradação ambiental, num cenário internacional mais incerto e com maiores vulnerabilidades. (LOBO-FERNANDES, p. 170, 2005).

Todavia, Nye não menospreza o exercício direto da força ou da coação por meios económicos (os quais são característicos da faceta *hard* do poder), e até mesmo cita exemplos em que sua eficácia foi diretamente proporcional à sua brutalidade, como visto na retaliação pós-11 de Setembro, mas com certeza questiona as orientações isolacionistas e unilateralistas que os Estados Unidos vinham adotando.

Observando-se o crescimento nos esforços académicos a fim de fundamentar e elucidar o instituto do *soft power*, cunhado pelo cientista político norte-americano Joseph Samuel Nye Jr., é evidente que se tem tomado um caminho com um maior direcionamento à narrativa e à linguística. Entretanto, com isso, há um curioso desprezo quanto a um dos principais fundamentos que capacitam as atividades de *soft power*: a dinâmica da afeição, a qual ocupa um lugar central em toda a argumentação do artigo “*The affective underpinnings of soft power*”, de Ty Solomon, e como sua compreensão é indispensável para que a eficiência desse mecanismo alcance seu verdadeiro potencial.

Para isso, com base nos artigos de referência deste trabalho, é evidente a pauta na argumentação acerca do conceito de *soft power* como “enraizado na

dinâmica política da emoção e introduz o conceito de investimento afetivo” (SOLOMON, 2014). Portanto, a fim de demonstrar o *soft power* como um mecanismo de característica bidirecional, uma vez que é comum que se veja uma demonstração unidimensional dessa força e, com isso, tratando as pessoas influenciadas como agentes quase que inábeis desse processo, mergulha-se na compreensão da parte receptora do *soft power*, a qual só realmente é influenciada se houver algum tipo de investimento emocional e/ou capacidade de identificação com as empreitadas de *soft power*. Isto posto, Nye (2004) é explícito ao argumentar que muito do apelo do *soft power* reside na "atração", todavia, ele e outros negligenciam o desenvolvimento de uma teorização adequada deste fator-chave.

Para que se compreenda o *soft power* como um mecanismo de poder, basta que se veja o posicionamento de Hillary Clinton, que ocupava a cadeira de Secretária de Estados dos Estados Unidos da América, quando, em 2009, argumentou frente ao Senado estadunidense a necessidade de ampliação e uso compreensivo do leque de poder o qual os EUA detinham. Portanto, Clinton afirmou que, com o objetivo de tratar com a multiplicidade de questões globais urgentes, os EUA “devem usar o que tem sido chamado de *smart power*: a completa gama de ferramentas à nossa disposição — diplomática, econômica, militar, política, legal e cultural — escolher a ferramenta certa, ou combinação de ferramentas, para cada situação” (CLINTON, 2009).

Dessarte, Clinton utilizou-se desse discurso em quatro oportunidades durante esse debate com o intuito de esclarecer que nem todas as questões apresentadas no cenário da política internacional teriam sua resposta encontrada em um campo de batalha militar, mas sim, concordante com a multiplicidade de questões, é evidente um abrangente leque de abordagens que, se escolhidas de maneira correta, encontraram resultados muito mais benéficos, não só no momento, mas também para o futuro das relações internacionais dos Estados Unidos da América, no caso.

Todavia, em primeira análise, *smart power* não é exatamente a mesma coisa que *soft power* e essa diferença foi notada não apenas pelo proprietário do conceito, mas como pelo jornal estadunidense New York Times. Nye argumentou da seguinte forma sobre o discurso de Clinton durante o debate: *smart power* seria, de certa

forma, a “combinação do *hard power* de coerção e pagamento com o *soft power* de persuasão e atração” (NYE, 2011), motivado pela matéria do *Times* intitulada como “*How soft power got smart.*”, a qual tecia referências aos estudos de Nye e a compreensão de um mecanismo de exercício de poder a qual despreza a necessidade do uso da força militar em todos os confrontos existentes.

Dessa forma, o conceito de *soft power* tem sido discutido por Joseph Nye desde o início dos anos 90 de acordo com as mudanças por ele evidenciadas na natureza do cenário internacional. Nye originalmente definiu o conceito de *soft power* como o resultado da interação onde “um país faz com que outros países queiram o que ele quer... em contraste com o *hard power* ou o *command power* de ordenar aos outros que façam o que ele quer” (NYE, 1990). Essa análise por Nye torna-se ainda mais interessante quando contextualiza-se ao cenário internacional ao qual é contemporânea, uma vez que durante o início dos anos 90 ainda vivia-se a Guerra Fria e era evidente o foco de legisladores e acadêmicos quanto ao uso da força militar, portanto, o que seria conhecido como *hard power*.

Para isso, Nye afirmou sobre a aumento de importância dos “fatores de tecnologia, educação e crescimento econômico” (NYE, 1990) e como “estão se tornando mais significativos no poder internacional, enquanto a geografia, a população e as matérias-primas estão se tornando um pouco menos importante” (NYE, 1990). Portanto, em um mundo em que o *hard power* demonstra um decréscimo em sua efetividade, “é tão importante determinar a agenda e estruturar as situações no mundo político quanto fazer com que outros mudem em casos particulares” (NYE, 1990). Embora a fonte política do *soft power* possa estar na influência cultural, nos valores e na política externa moralmente legítima, para Nye, o fator central está no que ele chama de “atração”.

*“Despite the centrality of attraction to soft power, Nye neglects to more fully theorize what mechanisms attraction actually entails. Indeed, downplaying the emotional and aesthetic dimensions of attraction is a curious omission for Nye and others who have elaborated upon soft power or lamented its conceptual fuzziness”* (SOLOMON, p. 723, 2014).

Em um de seus esforços sobre “atração”, Nye menciona que em uma relação “o poder não necessariamente reside com o maior agente, mas na misteriosa química

da atração” (NYE, 2004), que a “capacidade de estabelecer preferências tendem a ser associadas a ativos intangíveis, como uma personalidade atraente, cultura, valores políticos e instituições, e políticas que são vistas como legítimas ou tendo autoridade moral” (NYE, 2004) e que “se meu comportamento é determinado por uma observável, mas intangível atração... o soft power está em ação” (NYE, 2004).

Durante a análise desse discursos, Ty Solomon tece suas críticas sobre a negligência de Nye ao não elucidar realmente a fundação por trás de seu conceito e diz:

*‘Mysterious chemistry,’ ‘intangible assets,’ ‘intangible attraction’ — in attempting to name the often ineffable qualities that constitute attraction, Nye rightly points to (albeit without much theoretical interrogation) the very affective and aesthetic aspects which are likely a key factor in understanding the political efficacy of attractiveness. This neglect is one of the main critiques leveled by some of Nye’s recent critics, notably, Hayden (2012) and Bially Mattern (2005). As Hayden (2012: 43) contends, the ‘idea of “attraction” ... rests on some unelaborated assumptions about how agent characteristics can be translated into soft power outcomes.’ In addition, Bially Mattern (2005: 584) asks ‘what exactly is it that makes an idea attractive or appealing in the first place?... How, the question is, does attraction happen?’ For our purposes, both of these authors are key because they engage the concept of attraction within a specific discussion of soft power. More importantly, these are the few studies in the soft power scholarship that conceptualize it as a narrative — and linguistic-based phenomenon (SOLOMON, p. 724, 2014).*

Portanto, embora seja notória em diversos casos a defesa de Nye da efetividade e tangência de sua teoria, é bastante evidente que críticas consistentes são formadas quanto a elementos que não são suficientemente palpáveis, cientificamente comprováveis ou discorridos com a assertividade esperada.

## **1.2. FRAMING**

A fim de sanar tais questões, propõe-se discutir o conceito de *framing*, de acordo com os textos de referência adotados e os conhecimentos adquiridos durante o curso, este discorre no que tange à “alocação” correta de um discurso, uma vez que sua efetividade e contundência dependem intimamente do fino ajuste de seu formato a fim de realmente ressoar o interlocutor. Isto posto, emprestado das ciências sociais, este conceito se faz imprescindível ao desenvolvimento do trabalho dada a sua capacidade de adequadamente explicar a massiva adesão e o impacto

gerado pelas exportações culturais populares japonesas e o grupo étnico em pauta. Deste modo, os autores conceituam *frame* ao tomar emprestado os esforços de Erving Goffman, o qual discorreu acerca do termo como “*schemata of interpretation that enable individuals ‘to locate, perceive, identify, and label’ occurrences within their life space and the world at large*” (GOFFMAN, 1974).

Dessarte, o abstrato em voga não é absolutamente paralelo ao supracitado, todavia, *framing* refere-se ao empenho direcionado exercido por líderes e tomadores de decisão por meio de “*relevant events and conditions*” a fim de “*mobilize potential adherents and constituents, to garner bystander support and to demobilize antagonists*” (SNOW, 1986). À vista disso, como explanado por Vânia Carvalho Pinto, “*is a dynamic process of meaning assignment that aims at organizing the audience’s experience into interpretative frames and guide their action so as to fulfill the objectives outlined by the strategic actor*” (PINTO, 2014).

De mais a mais, ao almejar resultados favoráveis, o processo de *frame* necessita que sua elaboração seja feita a fim de que seu discurso soe congruentemente aos valores de sua audiência — tanto em aspectos gramaticais quanto semânticos, culturais, políticos e sociais. Desse modo, David Snow e Robert Benford esquematizam acerca dos três elementos essenciais ao desempenho do *frame*, sendo estes o *diagnóstico*, o *prognóstico* e o estabelecimento de um *frame motivacional*.

Em vista disso, entabulando a conceituação do primeiro, o *diagnóstico* é evidentemente reconhecível como o primeiro estágio do processo de *framing* e consiste na elencagem das circunstâncias respectivas à conjuntura. Portanto, precisando-se os componentes causais que, de certa forma, possam estar conectados a questões de responsabilidade. Ademais, acerca do elemento do *prognóstico*, a este são reservados espaços de avaliação das questões obtidas com o *diagnóstico* e suas respectivas soluções. Isto posto, resta apenas a instauração de um *frame motivacional*, o qual serve como apoio e legitimação da mobilização da ação coletiva (MEDEIROS; BERNARDES, 2018, p. 124).

Outrossim, ao concernente do *frame motivacional*, faz-se fulcral que se entenda que o processo de *framing* se comporta de maneira bastante peculiar, uma vez que se vincula umbilicalmente a elementos pertencentes à identidade de um

grupo, seja por intermédio de fatores ideológicos, valores, crenças, filosofias, princípios e outros exemplares similares a estes. Com isso, é por meio deste reconhecimento, neste caso por parte dos produtores e disseminadores das exportações culturais populares japonesas, que se faz possível a criação desta ponte de comunicação direta e, de certa forma, “familiar” com o público-alvo.

Ademais, para que se compreenda e aplique o conceito de *framing* neste trabalho, faz-se necessário elencar quais são os recursos satisfatoriamente aplicáveis do conceito ao problema em questão. Isto posto, estes são facilmente identificados na seção do texto destinada a tratar das questões de *resonance*, a qual se dispõe a argumentar acerca da efetividade e da potência de mobilização resultantes do processo de *framing*. Como demonstrado pelos autores, são evidentes dois conjuntos de fatores interativos, os quais são responsáveis pela variação na ressonância obtida pelo *framing*: a *credibilidade* e a sua respectiva *saliência*.

Quanto à credibilidade, esta é composto por três elementos: i) a *consistência*, a qual é observada a partir de uma articulação desenvolvida por meio de dados, recursos, fundamentos e noções lógicas e aptamente evidenciáveis; ii) a *credibilidade empírica*, que alude acerca de questões as quais já sejam manifestas na realidade do público alvo interlocutor da mensagem sendo proferida — esta age de forma a criar, de modo bastante orgânico, um paralelo entre a mensagem e o âmago do cotidiano dos integrantes do grupo foco -; e, por fim, iii) a *credibilidade do articulador*, a qual baseia-se exclusivamente na existência de uma predisposição à acumulação de fidedignidade meramente pela figura do agente que veicula a mensagem.

Outrossim, adjunto ao princípio da *credibilidade*, há de se abordar os fatores de *saliência*, o qual é igualmente integrado por três elementos: *centralidade*, *comensurabilidade experiencial* e *fidelidade narrativa*. Para isso, desenvolvendo acerca do primeiro destes, a *centralidade* versa acerca da imprescindibilidade e essencialidade do tópico, portanto, este pode ser entendido como o elemento da *saliência* que se destina a argumentar sobre o nível de relevância que o tópico em questão assume quando em justaposição com o sistema de valores, crenças e ideias do grupo alvo. É crucial que se explicita que é evidente no texto de Benford e

Snow uma relação de proporcionalidade direta entre o grau de centralidade de um *frame* e seu alinhamento com as pré-concepções supracitadas de um grupo alvo, portanto, mobilizando-o de maneira bastante mais eficaz.

De mais a mais, esmiuçando a respeito da *comensurabilidade experiencial*, relativa à tangência do *framing* ao cotidiano dos interlocutores presentes no grupo alvo, uma vez que, apenas com um nível satisfatório de capacidade de identificação e de realidade que a mobilização esperada com o processo de *framing* realmente se mostrará competente. Portanto, é axiomático que é necessária uma qualidade palpável ao discurso para que este realmente seja propício às intenções do formulador do *framing*.

Enfim, analisando o último desses fatores, a *fidelidade narrativa*, a qual aborda sobre a indispensabilidade de uma ressonância cultural entre o processo e o público-alvo deste. Dessarte, compreende-se que o sucesso do *framing* é inevitavelmente dependente de um conjunto de conceitos e concepções culturais pré-existentes e que todo o discurso utilizado seja congruente e ressonante a estes conceitos e concepções culturais. Por consequência, do mesmo modo que é notória a relação diretamente proporcional nos fatores supracitados, neste não seria diferente, havendo também a relação retilínea entre o alinhamento aos elementos culturais do grupo alvo e o *framing*.

Deste modo, a fim de elucidá-los de maneira visual, utilizar-se-á como recurso demonstrativo o quadro disposto no texto de Pinto:

**Quadro 01:** Os critérios do *framing*

	Dimensions	Criteria	Definitions
Resonance (felicity conditions)	Credibility	Consistency	Logical articulation of constitutive elements
		Empirical credibility	Connection with existing problems as perceived by the target group
		Credibility of the articulator(s)	Legitimacy accorded to the proponent
	Salience	Centrality	Degree of importance it assumes within the value system of the target group
		Experiential commensurability	Connections to the

			worldview of the target group
		Narrative fidelity	Cultural resonance

Fonte: Carvalho Pinto (2014, 166).

Consequentemente, torna-se satisfatoriamente explicado o conceito e a metodologia por trás da utilização tanto do *framing* pelos atores em questão, bem como por sua elocução a fim de elucidar as questões discutidas neste presente trabalho.

## 2. SOBRE AS EXPORTAÇÕES CULTURAIS JAPONESAS

Para fins de compreensão tanto das exportações culturais japonesas, quanto à influência por estas cenário internacional — mais especificamente na própria Ásia. em primeiro momento —, durante o artigo “*Japan imagined: popular culture, soft power, and Japan’s changing image in Northeast and Southeast Asia*”, de Nissim Otmazgin, examina-se a extensão da capacidade que a exportação de produtos culturais possui de alterar a percepção geral de um país no cenário internacional, para isso, estabeleceu pesquisas em grandes centros onde era notável a influência cultural das exportações nipônicas, como Hong Kong, Bangkok, e Seul, e a apreciação demonstrada para com a cultura popular japonesa, e sua aptidão de moldar as concepções dos jovens sobre o país.

Outrossim, o principal objetivo do autor é argumentar sobre a maneira com a qual a exposição à cultura popular japonesa poliniza novas, e mais favoráveis, imagens sobre si mesma, e seu país, as quais modificam a forma com a qual o país é internacionalmente percebido. Dito isso, essas imagens supracitadas buscam inteligentemente florescer sentimentos de afeição e proximidade, porém diferentemente da abordagem do argumento de *soft power*, ocorrem de maneira implícita, inconsciente e subjetiva às diferentes interpretações. Como tal, segundo a avaliação de Otmazgin durante o decorrer do artigo, a praticidade de gerar o poder do estado em termos de autoridade ou controle é bastante duvidosa.

De acordo com o autor, em suas explicações na introdução do artigo supracitado, há uma certa “saliência” — a qual, embora homônima, não é a mesma do conceito de *framing* — que caracteriza a relação mercadológica e de acessibilidade quanto à presença de produtos japoneses no nordeste e sudeste asiático. Sendo essa “saliência” expressa tanto no amplo espectro de produtos oferecidos no mercado quanto em sua incrivelmente abundante disponibilidade, uma vez que os produtos japoneses são ofertados em diversas formas e em diversas maneiras, como identificável no trecho “*CDs, DVDs, and VCDs in stores, sold by street vendors, heard from music players and on the radio, and seen on television, advertisement billboards, and in movie theaters*” (OTMAZGIN, 2012) do texto.

De mais a mais, quanto à aceitação e introdução desse mercado no ambiente delimitado, o autor trata cuidadosamente de contextualizar essa influência levando em consideração o passado imperialista dos japoneses na Ásia e suas repercussões tanto no lado opressor da relação quanto no lado reprimido. Ademais, trata principalmente da adesão jovem a esses produtos, essa questão é plenamente evidente na introdução do texto e segue linhas onde a aceitação da cultura popular do Japão no “leste asiático” (o qual o autor definiu como a junção tanto do nordeste quanto do sudeste asiáticos) é especialmente notável dado suas condições históricas.

Apesar do sofrimento que o Japão infligiu a seus vizinhos nas décadas que antecederam o fim da Segunda Guerra Mundial e suas tentativas de utilizar sua cultura como um meio de controle em suas colônias, a cultura popular japonesa contemporânea tem sido endossada pelos mercados culturais locais e afeta as vidas de muitas pessoas no “leste asiático”, especialmente os jovens. Embora pessoas no leste da Ásia hoje não sejam completamente ignorantes do passado japonês e suas transgressões, por mais que ainda critiquem o governo japonês, continuam comprando as animações e quadrinhos às dezenas de milhões, rotineiramente assistindo a programas de televisão japoneses e, muitas vezes, consumindo a música popular japonesa.

Através disso, é rotineiro observar em diversos centros do “leste asiático” a presença de jovens, que por causa da massiva exposição à cultura popular japonesa, adquirem novas visões e ideias acerca do Japão e suas atitudes — sejam elas muitas vezes políticas ou não — e desenvolvendo até mesmo um certo tipo de fascínio em direção a certos aspectos contemporâneos do país. Assim, gradualmente, passam a associar o Japão como uma espécie de lar de uma indústria cultural dinâmica e próspera, em vez de exclusivamente uma superpotência industrial ou um ex-agressor militar. Entretanto, seria muito ingênuo acreditar que essa invasão de produtos culturais seria unidirecional no “leste asiático”, como todo bom mercado, ele é repleto de concorrência, sendo as mais notáveis na região as exportações chinesas, sul coreanas — as quais tiveram um crescimento recente exponencial e assustador — e norte-americanas, que adentram o “leste asiático” dotadas de contingentes mercadológicos abarrotados de gêneros da cultura popular.

De mais a mais, tratando agora do estabelecimento dessa relação com os Estados Unidos da América. Historicamente falando, as animações japonesas, doravante também chamadas como *animes*, tiveram sua entrada nos Estados Unidos da América de maneira massiva e realmente relevante à economia japonesa no meado dos anos 1990. Isso se deu devido à figura dos EUA como maior mercado midiático do mundo, tanto em consumo, quanto em produção, logo detentor de um imenso potencial de aquisição de exportações culturais vindas do exterior. Entretanto, sua relevância não pode ser unicamente vinculada somente à produção japonesa de animações e a existência de uma indústria massificada de entretenimento nos Estados Unidos, uma vez que o papel dos indivíduos como agentes culturais e a desterritorialização devido à globalização são indispensáveis na discussão da inserção e adesão desse gênero no mercado norte-americano.

A questão econômica dessa invasão japonesa no entretenimento estadunidense é de suma importância, e como evidenciado no texto de Nissim Otmazgin, “*reaching a formidable peak in 2003 with more than US\$4,84 billion in sales. This is 3.2 times greater than the export value of Japanese steel production to the United States in the same year*” (OTMAZGIN, 2014). Tais valores só tiveram sua ocorrência devido a capacidade dos escritores, animadores e produtores de anime de aplicarem o conceito e exercício do *framing* ao mercado ocidental — no qual buscaram entrar e criar raízes — e o trabalho de empreendedores da indústria midiática de aproximar e criar pontes entre as culturas japonesa e norte-americana, uma vez que é evidente, porém pouco estudado academicamente, o trabalho dos empreendedores em “*paving new marketing roots and creating new markets for cultural commodities*” (OTMAZGIN, 2014). Consequentemente, o estabelecimento de uma imensa influência e disseminação de valores asiáticos e da cultura japonesa, portanto, exercendo *soft power* sobre o ocidente, especialmente os EUA, já que os fãs reproduzem de maneira enfática suas observações e absorções advindas dessas obras em seu cotidiano, seja isso por meio de compras ou em suas ações.

O artigo “*Anime in the US: The Entrepreneurial Dimensions of Globalized Culture*”, de Nissim Otmazgin, inicia um esforço teórico, por meio de entrevistas com agentes da indústria do anime, relatórios governamentais e da mídia, além de pesquisas de mercado, a fim de examinar arranjos organizacionais e os atores

responsáveis pela inserção e o sucesso das animações japonesas no mercado norte-americano, desde o período quando os animes começaram a ocupar uma fatia relevante no mercado dos EUA. Com isso, a investigação baseia-se no modelo de negócio desenvolvido por companhias japonesas e estadunidenses e empreendedores para a produção, comercialização e lucro das animações japonesas no mercado norte-americano.

Constantemente durante as análises e observações feitas acerca do tópico, é ressaltado o imprescindível papel exercido pelos empreendedores de construir um mecanismo transnacional possibilitador de diminuir as distâncias culturais e de mercado entre os japoneses e os estadunidenses. Aliás, ao analisar o caso da expansão e sucesso dos animes no mercado norte-americano — o maior mercado consumidor no mundo e lar de algumas das mais poderosas indústrias culturais do mundo —, evidencia-se a globalização da indústria cultural asiática e, mais basicamente, permite visualizar a maneira com a qual a globalização nas indústrias culturais e midiáticos agem e funcionam.

Feito a partir da entrevista de nove especialistas da mídia, produtores e executivos de companhias de anime, o texto de Otmazgin ressalta que “*entrepreneurship in anime is understood as the process by which entrepreneurs identify market opportunities and convert innovations, culture, fashion and the like into commercialized products*” (OTMAZGIN, 2014). Ademais, é possível visualizar dois tipos de empreendedorismo: 1- empreendedorismo individual, ilustrado como “*initiatives undertaken by individuals directly engaged in innovating, producing, manufacturing or marketing anime*” (OTMAZGIN, 2014) e; 2- embora normalmente desprezada pela literatura existente, o empreendedorismo baseado nas empresas, que se refere a “*companies and organizations whose work depends ultimately on a form of creativity that must be extracted, mobilized and localized as a part of corporate success*” (OTMAZGIN, 2014).

Ademais, no intuito de explicar a ascensão das animações japonesas como um fenômeno *mainstream*, no Japão, anime “*is an important part of the pop culture industry and maintains a powerful presence in the daily life of millions of Japanese, irrespective of age, gender, education or social class*” (OTMAZGIN, 2014) e sua origem pode ser traçada no longínquo século XIX, na época em que o Japão foi

abruptamente exposto ao ocidente. Naquela época, mangás “*comic books and graphic novels*” (OTMAZGIN, 2014) e, posteriormente, animes eram produtos advindos artisticamente da interação cultural entre japoneses, europeus e americanos, combinando as mais novas tecnologias de impressão encontradas na época.

Para mais, devido à ocupação norte-americana ocorrida no Japão (1945-1952), os animes se mantiveram reprimidos a um gênero de baixa expressão e, frequentemente, interrompidos pelas tentativas das autoridades de supervisionar seu conteúdo. Contudo, nos meados dos anos 1950, livres de grande parte da imensa censura do período anterior, na recentemente estabelecida democracia japonesa, os animes desenvolveram-se para uma indústria em vertiginoso crescimento.

De resto, seguindo esse crescimento, a disseminação dos animes perpassa a década de 1960 fomentando as demandas da crescente indústria televisiva e adentra a década de 1970 com o aumento da cooperação entre companhias de brinquedos, estúdios musicais e editoras. Ao final dos anos 1980, as animações japonesas já eram um fenômeno do *mainstream* — também havia se diversificado nos mais variados gêneros, atendendo às mais diferentes demografias, desde crianças até idosos —, era televisionado, exposto em salas de cinema e estampava os mais diversos títulos de jogos para videogames.

À vista disso, esse crescimento visto nos anos 1980 foi ainda mais notório na década seguinte, superando em números todos os vistos pelos meios supracitados, e, eventualmente, invadindo a internet, os celulares e os painéis publicitários pelas ruas nos anos subsequentes. A fim de esclarecer ainda mais esse crescimento estupendo, em 2003, o Ministro da Economia, Comércio e Indústria japonês, estimou que aproximadamente 65% da produção de séries de desenhos animados do mundo era vinda do Japão, com um rendimento de US\$17 bilhões.

Devido o sucesso no Japão, a exportação em larga escala dos animes foi feita para o maior mercado consumidor do mundo, encabeçado por um dos maiores títulos das animações japonesas de todos os tempos, Pokémon. Todavia, a pavimentação dessa entrada pode ser datada desde 1961 quando três títulos da Toei Animation tiveram sua distribuição em solo estadunidense: *Hakujaden*, também

conhecido como *Tale of the White Serpent*, uma adaptação de um conto mitológico chinês da Dinastia Song; *Shōnen Sarutobi Sasuke* e; *Saiyuki*, o qual literalmente significa “*journey to the west*”, uma adaptação do mangá Boku no Son Gokū, de Osamu Tezuka.

Dois anos mais tarde, o primeiro lançamento japonês encontra relevância nos EUA com *Astro Boy*, também de Tezuka, e, assim, abrindo portas para a invasão massiva das animações japonesas nos anos 1990. Logo, por causa do grande sucesso de *Astro Boy*, em 1977, há a formação do primeiro fã-club de animes organizado nos Estados Unidos a fim de promover as animações japonesas para fãs norte-americanos. Com isso, distribuidores americanos continuaram a importar títulos populares no Japão para os Estados Unidos para atender às demandas dos fãs americanos. Dessa forma, o mercado de anime nos EUA recebe um grande incentivo ao final dos anos 1990, em meio a uma prolongada recessão na economia nipônica, iniciando-se com a introdução de Pokémon às audiências norte-americanas.

Entretanto, o imenso sucesso não tem encontrado o mesmo resultado nos últimos anos, devido a “*saturation of the American market with low-quality anime series, combined with illegal online downloading and the shrinkage in consumer spending in the aftermath of the 2008 economic crisis*” (OTMAZGIN, 2014), como explica Otmazgin, alcançando a quantia de US\$2,74 bilhões, em 2009. Segundo o especialista Daryl Surat, considerado uma autoridade no que concerne aos animes nos Estados Unidos, “*some people made a lot of money and then other companies wanted a piece of the pie. They started bringing from Japan any anime they could put their hands on, regardless of quality.*”.

Segundo as explicações de Otmazgin, é possível dividir a expansão das animações japonesas em solo norte-americano em três fases: a primeira caracteriza-se pela penetração massiva do gênero nos programas televisivos americanos desde o começo dos anos 1960; a segunda tem como atributo a adaptação dos animes para adequarem-se ao gosto norte-americano — debatido neste trabalho a partir do conceito de *framing* — e, por fim, a terceira, a qual vem acontecendo nos últimos anos, ocorre por meios da experimentação entre americanos e japoneses de colaboração na produção das animações. Entretanto,

esta ainda se demonstra excessivamente custosa, devido às questões logísticas e de adaptação entre artistas e produtores estadunidenses e japoneses.

É imprescindível falar de anime e não adentrar na discussão dos empreendedores dos animes e sua missão de criar pontes entre as culturas e mercados. Sua figura na introdução e localização dos animes no mercado norte-americano é única e indispensável, uma vez que é o seu conhecimento de mercado e sua habilidade de direcionar as audiências corretas para a distribuição que faz com que a importação dos animes tenha sucesso. A fim de elucidar a importância dos empreendedores individuais dessa indústria, *“The role of individual entrepreneurs in introducing and localizing anime in the American market as part of the corporate success cannot be underestimated”* (OTMAZGIN, 2014)

Uma vez que trabalham diferente dos grandes estúdios, os empreendedores individuais tomam muito mais cuidado na seleção e veiculação dos títulos a serem importados, além de, algumas vezes, buscarem colaborações entre criadores norte-americanos e figuras japonesas, como o exemplo das músicas japonesas do grupo *Puffy* que *“started as pop stars but were soon the heroines of an American-made animated series”* (OTMAZGIN, 2014), a qual resultou no lançamento de um álbum musical em 2001, inúmeras aparições em campanhas publicitárias e programas de televisão tanto no Japão quanto nos Estados Unidos, servindo como *“models to a heavily industrialized set of fashions and accessories”* (OTMAZGIN, 2014) e uma série animada com três temporadas.

Também, tratando-se das colaborações nipo-americanas, as barreiras culturais são com certeza um dos principais motivos para que sejam problemáticas. Além disso, a ignorância e falta de interesse de produtores americanos quanto à cultura e costumes dos japoneses é ainda um grande problema, já que olham para os animes apenas como um mercado e lhes falta tato na importação e transição para os fãs norte-americanos, o que dá ainda mais potência ao argumento de que a adesão inicial das comunidades negras norte-americanas se deu de maneira inexoravelmente orgânica e voluntária por parte do interlocutor.

As relações entre as exportações culturais populares japonesas e a cultura negra estadunidense, mais especificamente a estabelecida entre os animes e a cultura do hip hop, têm se estreitado desde os anos 1970. Para isso, é

imprescindível que se cite o fenômeno da introdução dos filmes de kung fu nos cinemas negros norte-americanos, juntos dos filmes do movimento de Blaxploitation, o qual pode ser melhor descrito por Ed Guerrero em “*The Rise and Fall of Blaxploitation*” como

*production of the 60 or so Hollywood films that centered on black narratives, featured black casts playing out various action-adventures in the ghetto, and were released roughly between 1969 and 1974. But Blaxploitation might as easily and accurately describe the cruel injustice of slavery, or, for that matter, much of the historical sojourn of black folk in America (GUERRERO, 2012)*

e, sendo estes e os filmes de kung fu exportados da China, os poucos filmes os quais não contavam com a presença massiva e, aparentemente, incessante de protagonistas brancos.

Dessa maneira, as evidências das repercussões da assemelhação voluntária, seguida de um processo de *framing*, dos negros norte-americanos às exportações asiáticas são massivas e sua presença na mídia estadunidense é inegável, como o surgimento do grupo de rap *Wu Tang Clan* — formado inteiramente por músicos negros estadunidenses — o qual tem seu nome advindo da admiração do grupo pelo filme chinês *Shaolin and Wu Tang*, de 1983. Todavia, com a natural reciclagem de produtos existente na indústria do entretenimento, os filmes de kung fu foram perdendo seu público e sua relevância. Desse modo, tomando o lugar dos filmes chineses de kung fu após a queda de sua relevância, os animes incendiaram a cultura popular negra norte-americana, mais especificamente o hip hop, com a colossal adesão de músicos negros a essa manifestação cultural japonesa.

A fim de compreender mais a fundo essa adesão dos musicistas negros estadunidenses aos animes — tendo-se em mente o relacionamento estabelecido entre os grupos pioneiros do hip hop com os filmes chineses de kung fu —, provavelmente o exemplo mais imediato no inconsciente coletivo de uma citação direta a um anime em uma música de hip hop seja o trecho “*Guess who’s on third. Lupe steal like Lupin III*” cantado pelo rapper Lupe Fiasco em sua participação na canção *Touch the Sky* do rapper Kanye West, em 2005. Esse trecho faz referência ao filme “O Castelo de Cagliostro”, de 1979, dirigido por Hayao Miyasaki ou então à adaptação seriada exibida em 2003 pelo Cartoon Network, nos Estados Unidos, “*Lupin the Third Part II*”.

Ademais, tratando-se de Cartoon Network nos EUA, seu papel na disseminação de animações japonesas na América é central e o sucesso dessas animações é inalienável aos esforços do canal em introduzir cultura popular japonesa ao continente americano, especialmente aos estadunidenses. Para isso, o canal criou, em 1999, um completo ecossistema de divulgação das animações japonesas dentro dos Estados Unidos com sua empreitada “Toonami”, a qual, embora não fosse o primeiro esforço norte-americano de desmistificação das animações japonesas, foi com certeza a com maior sucesso e representatividade devido à sua rejeição às práticas norte-americanas, dadas as tensões entre estadunidenses e japoneses após a Segunda Guerra Mundial, de extinção dos traços japoneses concernidos em suas animações, como nomes claramente orientais, a exemplo de “Cardcaptor Sakura” a qual foi exibida nos Estados Unidos exclusivamente como “Cardcaptor”.

Outrossim, precedendo Lupe Fiasco em pelo menos 5 anos, o rapper Del the Funky Homosapien fez uma referência aberta ao anime “*Ghost in the Shell*” durante o “*Midnight Run*”, quadro do Toonami, na música “3030”, homônima ao álbum, e segue: “*Del, I’m feeling like a ghost in the shell. I wrote this in jail playing host to a cell*”, em 1995. Outras referências notórias e serem explícitas neste trabalho são a música *Goku* do rapper Jaden Smith, a qual tem toda a sua letra escrita em referência ao protagonista do anime *Dragon Ball*, além do nome ser nitidamente uma referência, uma vez que é o próprio nome do protagonista e o mais recente álbum do rapper Kanye West, “*Donda*”.

Kanye West já se manifestou em diversas ocasiões em suas redes sociais mostrando seu afeto pelos animes, especialmente o filme *Akira*, o qual é utilizado como referência para o álbum supracitado, sendo a capa uma interpretação do pôster de divulgação do filme. Dessa forma, é bastante evidente que a influência que as exportações culturais japonesas exercem sobre a comunidade negra-norte americana não é restrita a apenas um faixa muito específica do grupo, ela transcende idade e localização, uma vez que Jaden tem 22 anos e é da Califórnia, enquanto Kanye tem 44 e é nascido em Atlanta, no estado da Geórgia, mas foi criado em Chicago.

Todavia, isso era apenas a ponta com iceberg o qual foi explícito inteiramente apenas após a criação do catálogo de animações japonesas do *adult swim*, também do Cartoon Network, e das animações dirigidas pelo japonês Shinichiro Watanabe e seu impressionante impacto, gerando um curioso estreitamento entre as relações estabelecidas pela música negra norte-americana e as animações japonesas. Com isso, “*Cowboy Bebop* — que tinha o jazz como o plano de fundo de sua introdução e representava da maneira mais respeitosa a imagem dos personagens negros — chegou ao *adult swim*, em 1998, com uma história de um futuro distópico enquadrado pela trilha sonora de jazz, característica aos bairros negros especialmente por volta do final do século XIX, e “*Samurai Champloo*”, em 2005, o qual, diametralmente oposto ao seu antecessor, narrava contos sobre os lendários guerreiros tradicionais japoneses, mas com o hip hop norte-americano como trilha de fundo — especialmente as criações do produtor musical e DJ japonês Nujabes em colaboração com incontáveis rappers estadunidenses, como J Dilla.

Outrossim, o apreço do diretor japonês pela música norte-americana é notável e pode ser evidenciada em uma de suas entrevistas ao New York Times, e segue:

*I've been interested in hip-hop since it first appeared: the fact that it was born not in the music industry but on the street, the idea of using a turntable as an instrument, singing vividly about reality instead of typical love songs, and its links to graffiti and dance. I believe samurai in the Edo period and modern hip-hop artists have something in common. Rappers open the way to their future with one microphone; samurai decided their fate with one sword (WATANABE, 2005).*

Portanto, em vista de tudo isso, é inegável o papel central do Cartoon Network como disseminador da cultura popular japonesa nos Estados Unidos, mas mais importante do que isso, o reconhecimento por parte do canal e, em certa cota, por parte das produções japonesas da comunidade negra norte-americana como público alvo das exportações culturais populares japonesas, em especial os animes destinados aos jovens homens e, poeticamente, culminando na criação do anime “‘Afro Samurai’, que contava com a supervisão e criação musical do rapper americano The RZA, do grupo *Wu Tang Clan* e a dublagem contendo a presença de Samuel L. Jackson” (TRAVIS, 2020), o qual foi talvez o maior ícone resultante do movimento Blaxploitation.

Entretanto, embora fomente uma crescente mudança na visão oriental sobre os negros norte-americanos, a entrada do hip hop no Japão ainda não apagou completamente a visão arcaica que os japoneses possuem sobre os ocidentais, especialmente as minorias, como inferiores. Essa crença é evidente na passagem presente dentro do artigo base feita pelo antropólogo John Russell, da Gifu University, que diz “*Demeaning caricatures of blacks still invade television programs, commercials, manga and gift shops*” (RUSSELL, 2005).

Desse modo, além da preocupação com a manutenção do pensamento retrógrado presente no imaginário japonês, Russell também adverte sobre os danos colaterais que possivelmente podem ser causados pela introdução do hip hop norte-americano no Japão ao dizer que “*It certainly has made 'blackness' cool and stylish, but still objectifies and fetishes it, as does much of American hip-hop, readapting and updating century-old stereotypes of blacks for the digital age*” (RUSSELL, 2005). Todavia, essa preocupação de Russell encontra certo nível de debate pelo antropólogo cultural do Instituto de Tecnologia de Massachusetts, Ian Condry, o qual afirma a presença de

*plenty of insensitive, if not racist, representations of African-Americans, and there's still a lot of prejudice in Japanese society. But among hip-hop fans, there's a great respect for African-Americans and black culture. The hope is that hip-hop will become a gateway to greater racial understanding and sensitivity, but it will take many years before any of the hip-hop kids have control over the media and more mainstream Japanese attitudes.* (CONDY, 2005).

Mostrando, assim, que por mais que a adesão do público-alvo tenha sido voluntária e orgânica e o processo de *framing* tenha ocorrido posteriormente, há ainda questões a serem tratadas no lado locutor da mensagem para que essa integração não seja somente comercialmente efetiva e possa realmente dar ao público-alvo o *safespace* que as produções culturais japonesas geraram.

Outrossim, abordando a dicotomia entre a adesão à cultura japonesa entre os fãs da última década e os que iniciaram sua apreciação pelo consumo cultural japonês durante os anos de 1990, toma-se o texto “*The sweet smell of Japan: Anime, manga, and Japan in North America*”, de Antonia Levi. Segundo a autora, os fãs mais novos não possuem a mesma curiosidade e o mesmo anseio dos anteriores pelo aprofundamento nas diversas expressões culturais nipônicas e

origens das mesmas, além da busca pelo aprendizado da língua japonesa, como é evidenciado na afirmativa proferida à autora por uma atendente da convenção de animes *Kumori-con*, em Portland, Oregon, em 2005, a qual se segue “O fato de ser japonês não tem nada a ver com isso. Eu não estou tão interessada no Japão”, embora a mesma estivesse ironicamente completamente trajada de um *cosplay* — que é a atividade de fantasiar-se como um personagem ou figura cultural — de *miko* (sacerdotisa xintoísta) e portando sua lista de animes favoritos, como *Inuyasha*, *Rurouni Kenshin*, and *Samurai Champloo*.

Distintivamente, as observações dos anos 1990 eram repletas de fãs que não só acompanhavam as animações dubladas na televisão, os admiradores mergulhavam muito mais profundamente na sua apreciação nipônica. Isso se deve provavelmente pela mudança na abordagem japonesa para com suas exportações culturais, as quais tiveram uma diminuição abrupta ou até mesmo completa extinção dos traços identitários da cultura popular japonesa em suas obras — dado o processo de *framing* —, como é estudado por Iwabuchi Koichi em 2002 e o cunho do termo “*cultural odorlessness*”. Tratando-se especificamente do caso dos animes e mangás, Iwabuchi aponta a falta de características étnicas específicas na representação gráfica ou nos cenários onde se passam essas obras. Dessa forma., se faz basicamente impossível determinar veementemente a etnia ou localização geográfica em que se passa a história, especialmente pela constante utilização de um universo de fantasia como pano de fundo para o desenrolar dessas narrativas (IWABUCHI, 2002: 28–32).

Embora os apontamentos de Iwabuchi não pequem pela falta de veracidade em suas observações, eles também não são contemplativos o suficiente quanto à totalidade da questão. Sim, os personagens das animações e quadrinhos japoneses são recorrentemente desenhados de maneira a mimetizar as características faciais de um indivíduo caucasiano, olhos mais semelhantes aos encontrados vastamente pelo ocidente, roupas comuns às culturas ocidentais e nomes inconfundivelmente não-asiáticos ou, após a identificação de um público-alvo massivo constituído de negros norte-americanos, indivíduos com característica negróides. Entretanto, os exemplos de “animes e mangás caucasianos ou negros” são menos representativos da completude das obras japonesas, as quais ainda possuem inúmeras amostras

com todas as características supracitadas distintivamente japonesas e bastante explícitas quanto essa identidade nipônica por trás de seu *design*, contexto histórico, localização geográfica, entre outros.

Ademais, a dissonância entre os *feedbacks* norte-americanos dos fãs mais recentes dos produtos culturais japoneses são bastante complexos e contraditórios, uma vez que a resposta da fã no início do texto de Levi não foi um caso isolado durante as pesquisas da autora, mas sim uma constante abundantemente recorrente. Todavia, embora se mostrassem rejeitantes à ideia de adesão profunda às exportações culturais japonesas e dissessem consumir apenas as animações e quadrinhos japoneses, ao serem mais abrangentemente questionados,

listaram as maneiras em que os *animes* e os mangás são diferentes (e superiores) aos desenhos animados e quadrinhos norte-americanos. Eles apontam os estilos de desenho únicos (muitas vezes derivados do tradicional japonês, especialmente xilogravura), os elementos cômicos em cenários trágicos e vice-versa (também uma característica do teatro e da literatura tradicional japonesa), a disposição de se envolver com a ambiguidade moral, a perda e a morte, e a ampla variedade das artes marciais. A maioria dos fãs também menciona os trajes, principalmente aqueles que se envolvem em “cosplay”, vestindo-se como seus personagens favoritos. Nem todas essas fantasias são especificamente japonesas, mas aqueles que são (quimonos e uniformes escolares japoneses em particular) regularmente formam a maioria das fantasias encontradas vagando pelos corredores de convenções de *anime* (LEVI, 2013)

Outrossim, quanto à complexidade e ambiguidade da adesão desses fãs mais recentes, uma das razões pelas quais os fãs de animes e mangá podem encontrar certa dificuldade e contradição em identificar-se mais profundamente com as produções japonesas é a incerteza quanto à representativa “japonesidade” dessas obras.

Não deveria ser nem um pouco complicado reconhecer as pegadas japonesas tradicionais artísticas, literárias e teatrais que inspiram tão imensamente os animes e mangás. Até mesmo dentre os que possuem maior sensibilidade ou aptidão para fazê-lo, no entanto, “podem legitimamente ter problemas para identificar os elementos japoneses devido a sua emaranhada fusão com diversas tradições ocidentais. Anime e mangá já são uma criação multicultural” (LEVI, 2013). A fim de elucidar sobre as desconhecidas práticas asiáticas de produção de quadrinhos, retorna-se até o século XIX, quando os desbravamentos ocidentais

penetram a Ásia e se deparam com uma “vibrante e única cultura popular forjada através de dois séculos de isolamento”, como diz Levi.

Com isso, a “descoberta” cultura popular japonesa possuía como um de seus principais vetores a veiculação de histórias, as quais seguiam a tradicional e refinada metodologia de *storytelling* japonesa dotada de gravuras e onomatopeias, ilustradas por meio de impressões utilizando blocos de madeira, denominada *kibyoushi*. Dessa forma, a cultura popular japonesa começa a beber de fontes ocidentais, incluindo histórias em quadrinhos políticas britânicas e tirinhas humorísticas norte-americanas, e, portanto, incorporá-las.

Posteriormente, iniciando-se na década de 1930 e invadindo os anos das grandes guerras, as animações chinesas adicionaram às produções japonesas ainda mais elementos e influências. Ademais, como reproduzido também nos Estados Unidos, por meio da propaganda, o governo japonês “também incluiu uma infinidade de cartuns políticos baseados no folclore tradicional e na mitologia, e um uso criativo da animação para promover o esforço de guerra do Japão” (LEVI, 2013). Contudo, embora certamente relevantes, pela primeira vez, com a ocupação norte-americana pós-Segunda Guerra, há a modificação considerável nas produções japonesas devido o exercício de influências externas, como explicado pela autora,

*cartoons arrived officially, as part of the cultural effort to “defeudalize” Japan by exposing Japanese to Western ideals of individualism and freedom. This effort included movie shows that followed the American format of the day: a newsreel, a cartoon, and a main feature. Comic books arrived more informally, in the kit bags and rear pockets of the G.I.s themselves. Either way, they quickly made their way into the popular culture of Japan (LEVI, 2013),*

o que moldou consideravelmente uma parcela bastante representativa das produções posteriormente concebidas.

Tangente à “*cultural odorlessness*” japonesa e sua gênese, o marco dessa característica nas exportações nipônicas destinadas à América provavelmente deve ser a obra *Astro Boy*, do autor Osamu Tezuka, a qual foi exibida nos Estados Unidos sob as seguintes circunstâncias, como citadas por Levi, “dubladas e com alterações nos nomes para disfarçar, ou pelo menos reduzir, o “odor” japonês” e com um evidente *framing* às crianças americanas. Ademais, a animação colecionava fãs que compreendiam a origem japonesa da obra, porém só obstante à veiculação da

animação que muitos foram atentados à “esterilização” da obra, como na mudança sutil, porém representativa, no nome de uma das naves do anime, originalmente denominada *Yamato*, porém televisionada na América como “Argo”, para que assim não “fedesse” a algo japonês.

Essa prática resultou numa redução gradativa, porém constante e, atualmente, imensa, da adesão às raízes japonesas fundadoras das obras que tanto colecionam fãs nos Estados Unidos, gerando assim fãs — especialmente os caucasianos — completamente apaixonados pelas obras, mas que não aprofundam-se de maneira alguma na cultura popular originária das obras as quais tanto adoram. Tal diferença demonstra paralelamente as disparidades entre os fãs negros norte-americanos e os brancos, muito provavelmente pela compreensão de que os últimos possuíam heróis nas histórias nacionais que os representasse, diferentemente dos negros.

O artigo base da reflexão a seguir foi escrito por Mayara Araujo e versa acerca da política midiática utilizada pelo governo japonês, oficialmente desde o ano de 2005, ao promover-se internacionalmente, também conhecida como *Cool Japan*. Esse ideal de *Cool Japan* é um produto dos esforços feitos a fim de captar o afeto, e portanto, o exercício de *soft power*, pelo mundo. Entretanto, com o reconhecimento da necessidade de expansão do plantel de produtos culturais populares ofertados, o Japão, além da imensamente bem sucedida venda de mangás e animes, iniciou suas empreitadas no mercado de *streaming* com dois *reality shows*, atualmente presentes no catálogo e coproduzidos pela Netflix. Com isso, é evidente que o Japão vive, como diz a autora, “um efervescente momento de expansão de seu soft power através do diálogo com essas plataformas, que ajudam a veicular outras imagens e discursos sobre a nação” (ARAÚJO, 2020).

Ademais, ao referenciar-se aos mangás e animes, estes têm tomado proporções inimagináveis quanto ao seu poder dentro do Estado japonês, claramente devido a sua expressão de potencialidade captadora de *soft power* no mundo todo. Com o intuito de melhor iluminar como essas expressões da cultura popular japonesa têm tido um exponencial aumento em sua relevância doméstica, a crescente visibilidade destes “chamou a atenção do Ministério da Educação, Cultura, Esporte, Ciência e Tecnologia (MEXT), que elevou tais produções ao status de “alta

cultura japonesa” a partir dos anos 2000” (ARAÚJO, 2020). Outrossim, no que concerne a parcela do *soft power* desse tema, a seleção de personagens de mangá e animes para que fossem embaixadores culturais do Japão e dos jogos olímpicos a serem disputados no ano de 2021 ilustram a função vital desses produtos da cultura popular japonesa na promoção internacional do país e em sua expressão de *soft power*. Para isso, são imensos os exemplos de atletas internacionais fazendo poses, gestos ou danças que façam referência a animes e mangás, além da utilização de trilhas sonoras destas produções culturais nipônicas em diversos eventos esportivos das Olimpíadas de Tóquio.

De mais a mais, faz-se fulcral que se ressalte o papel da internet e da interconectividade por ela gerada na expansão do consumo de mercados midiáticos provenientes de origens diferentes do ocidente, como o Japão. Com isso, é imprescindível estabelecer o papel que desempenha o *streaming* na introdução dos *reality shows* japoneses, além dos já supracitados animes e mangás, no *mainstream* cultural, promovendo não só o incrivelmente simples e rápido acesso a produtos vindos do outro lado do globo, bem como a criação de comunidades de discussão, as quais são incessantes em debater sobre seus programas favoritos diariamente. Para isso, há de se adentrar nos exemplos mais palpáveis desses programas veiculados por meio de *streaming* em plataformas que hoje fazem parte do cotidiano do consumidor ocidental, como é a Netflix.

Primeiro, a colaboração entre a Fuji TV e a Netflix no relançamento do *reality show Terrace House*, o qual versa sobre o compartilhamento de uma luxuosa mansão por três homens e três mulheres e, diferentemente das contrapartes ocidentais, não há disputa de nenhum prêmio pré-estabelecido pela produção do programa, mas sim a conquista de objetivos particulares dos participantes, como o alavancamento de suas carreiras, a melhora em idiomas estrangeiros, a busca por um relacionamento, entre outros. Tudo isso é regado pelos comentários de celebridades e figuras expoentes japonesas as quais apelam tanto ao público doméstico por sua relevância, como ao público internacional, uma vez que seus comentários são carregados de “mediações culturais” a fim de explicar e “traduzir” algumas das questões apresentadas nos episódios que sejam bastante particulares aos japoneses.

Em seguida, abordou-se o programa *Ainori: Love van*, o qual consiste no encontro de três moças e quatro rapazes em uma van onde, juntos, farão uma viagem por diversos países durante as edições e, com sorte, romances serão formados entre os participantes. Durante as temporadas exibidas exclusivamente pela Fuji TV entre 1999 e 2009, 92 países foram visitados em 444 episódios e houve a formação de 44 casais, gerando 8 matrimônios. Ao decorrer dessas viagens, além da evidente busca pela formação de casais entre os participantes, estes vão envolver-se em diversas atividades didáticas sobre a cultura do país em que se encontram, gerando assim um excelente apelo internacional imediato.

Além da questão midiática, em 2004 o programa iniciou uma campanha de arrecadação de fundos para ajudar os países mais pobres que já haviam sido visitados, como o Nepal e o Camboja. Dito isso, as doações feitas pelos espectadores superaram a marca de 650 milhões de dólares e foram revertidas em atividades educacionais e na construção de sete escolas. Dessa forma, com essas iniciativas, o Japão promove o exercício de seu *soft power* através do intermédio de sua indústria televisiva, fazendo assim que a Ásia, a qual ainda possui uma imagem bastante poluída devido ao passado imperialista dos japoneses, possa começar a ver com bons olhos a imagem japonesa. Ademais, com o sucesso desses dois programas, a Netflix já iniciou a aquisição de mais dois reality shows japoneses, ainda acompanhados da Fuji TV, o *Asian Journey* e o *African Journey*.

Porém, exemplos infinitamente mais importantes do que os supracitados realmente seriam os animes e mangás, sendo ambos capazes de serem acompanhados pela internet, seja por *streaming*, *download*, compra de *blu-rays* e outros modos. Para isso, tomadas as plataformas *Crunchyroll* e *Funimation*, ambas propriedade da Sony: a primeira possui mais de 4 milhões de usuários inscritos, segundo o próprio site da plataforma, sob planos que vão desde a isenção completa de pagamentos, até o valor de US \$14.99 e; a segunda possui mais de 2,5 milhões de usuários inscritos, segundo o site TechRadar, também com planos que vão desde a isenção completa de custos, até US \$99,99/ano. Ademais, os animes têm demonstrado força surpreendente mesmo em meio à pandemia de COVID-19, por mais que o sucesso do *streaming* seja bastante lógico dados os eventos de *lockdown* evidentes em diversas partes do mundo.

Todavia, como principal exemplo, tem de se tomar o filme *Demon Slayer — Kimetsu No Yaiba — The Movie: Mugen Train*, o qual arrecadou no Japão ¥10 bilhões apenas em seus 10 primeiros dias de exibição. Além do sucesso nacional, a arrecadação de US \$21.1 milhões apenas em seu fim de semana de estreia nos Estados Unidos, configurou o filme como o longa metragem de língua estrangeira com maior arrecadação da história, por mais que os cinemas constassem com um número reduzido por causa das prevenções de saúde necessárias. Com isso, a animação, ao somar US \$503,048,471, segundo o site especialista em bilheterias *The Numbers*, tornou-se o quarto filme com maior bilheteria da história entre as animações de sua categoria. Com isso, ficou atrás apenas da animação original do Rei Leão, de 1994, que amontoa US \$968,483,777, “Os Simpsons: o Filme”, de 2007, com US \$536,414,270 e Aladdin, de 1992, que arrecadou \$504,050,219.

De acordo com um vídeo documentário “*Anime gets blackness wrong, here's how fans are fixing it*” do jornal britânico The Guardian, são evidenciados tópicos bastante particulares à discussão proposta neste trabalho. A princípio, aborda-se o equívoco acerca da inexistência de racismo no Japão, o que, além de inverdade, gera profundo desconforto nos fãs negros da animações japonesas. Como demonstrado no documentário, são rotineiras as manifestações negras a fim da cessação de representações negras injustas e racistas, bem como nas ocidentais, nas produções culturais nipônicas. Para isso, um ponto interessantíssimo é proposto por Karama Horne, jornalista cultural e fundadora do portal *theblerdgurl*, dado o racismo exacerbado em diversas das produções, para que sejam passíveis de serem proveitosos, há a necessidade de escolher quais lutas devem ser lutadas, senão sobraria apenas a opção de “cancelamento” dessas produções. Isto posto, tal racismo é racismo é proveniente, pelo menos à priori, das exportações culturais norte-americanas, as quais não eram nem um pouco conhecidas por qualquer tipo de freio ou bom senso quando considerados os tópicos de discriminação racial, que invadiram o Japão após a Segunda Guerra Mundial.

Ademais, são evidentes também personagens miméticos às representações estabelecidas nos Estados Unidos da América durante o período do *Blaxploitation* nas animações japonesas, como a personagem Coffee, de *Cowboy Bebop*, que é basicamente uma ilustração da personagem Foxy Brown. Todavia, embora o

argumento acerca da homogeneidade da população japonesa, uma vez que sua população é composta por aproximadamente 98% de japoneses, o argumento da ignorância perde completamente sua eficácia quando considerados os meios de comunicação atuais e a massiva participação de celebridades negras norte-americanas nos programas de televisão japoneses. Outrossim, também são discutidos pontos acerca do constrangimento imposto aos negros de se exporem como fãs das animações japonesas, uma vez que são desmesrecidos de sua apreciação das animações japonesas ou, principalmente os *cosplayers*, insultados por trajarem-se como os personagens que tanto gostam, mas não dividem a mesma cor de pele.

Entretanto, manifestas tais condições desfavoráveis à adesão a este meio, os fãs negros norte-americanos ainda se dedicam às exportações culturais japonesas por diversos motivos: i) como exposto na discussão acerca do *framing*, alguns pela oportunidade de fuga das discussões políticas e discriminatórias que enfrentam todos os dias — além da qualidade gráfica e narrativa das histórias contadas nas animações japonesas —, outros pela ressonância encontrada na similaridade que as histórias compartilham com a realidade de numerosas pessoas negras, uma vez que é bastante recorrente a presença de protagonistas que precisam superar preconceitos e hostilidade; ii) a semelhança entre as animações japonesas e os filmes chineses de kung fu, os quais possuem bastante influência e *credibilidade empírica*, como exposto na discussão do *framing*. Ademais, como mostrado no documentário, dada a adesão massiva de fãs negros norte-americanos, especialmente na faixa dos 30 aos 40 anos, é evidente a presença de animadores negros norte-americanos na indústria dos animes, além da criação de empresas, voltadas ao ramo, comandadas por negros e com valores fundamentais acerca da produção de histórias repletas de diversidade, como a *Noir Ceaser* e a *Saturday AM*, uma revista de mangás norte-americanos que conta com um plantel repleto de artistas negros.

Isto posto, com a profunda intervenção dos fãs negros norte-americanos, mudanças são visíveis no horizonte, como o estabelecimento do estúdio D'ART Shtajio — o qual é situado e opera dentro do Japão e tem como proprietários os irmãos Isom, que são negros —, ou animações como *Carole & Tuesday* que fazem

uma representação magnífica de personagens negros. Com isso, sentimentos de esperança e prosperidade já começam a fazer parte das comunidades negras acerca de suas representações nas exportações culturais japonesas. Desse modo, a presença das exportações culturais japonesas, mais especificamente os mangás e animes, se demonstram cada vez mais relevantes à construção identitária negra, o que é imensamente corroborado quando ausente de asteriscos ou vírgulas que precisam ser ignorados pelos fãs dessa comunidade. Portanto, com a exclusão de preconceitos e racismos, busca-se a criação de um *safe space* para os fãs negros se encontrarem e partilharem de similaridades, gostos e interesses pelo meio.

### 3. APLICANDO O FRAMEWORK TEÓRICO AO CASO JAPONÊS

Para o Japão, o recurso do *soft power* permite com que o país tenha uma capacidade de exercer poder independente de outros recursos que lhe são escassos, como recursos territoriais, e apresenta-se como uma potencialidade de custo consideravelmente baixo. Segundo as observações de Hayden (HAYDEN, 2011), a cultura japonesa aparentemente é predominante em seu *soft power*, há uma “tendência evidente em direção à objetificação da cultura, por meio de produtos, que por sua vez, possuem poder afetivo — a capacidade de transmitir algo sobre o Japão que cativa interesse”. A fim de romper a falta de familiaridade entre a literatura das Relações Internacionais e o fenômeno de disseminação massiva dos animes e mangás, tecer-se-ão argumentos sobre esse tema em três partes principais.

O estudo em questão esforça-se a examinar o *soft power* japonês e o papel central que suas exportações culturais populares ocupam, dado que, são mundialmente disseminadas com bastante simplicidade e, principalmente, por sua capacidade de produção de conteúdos intimamente entrelaçados com a cultura japonesa. Ademais, há de ser descrita a cultura política modelo pela qual a política externa japonesa se baliza ao estabelecer suas relações após o fim da Segunda Guerra Mundial, dado o seu passado imperialista e sua derrota no conflito. Por fim, utiliza-se do exemplo do projeto governamental japonês “*Cool Japan*”, o qual é a coluna espinhal do *soft power* nipônico, para que se compreenda os mecanismos pelos quais o país age em sua política externa.

Outrossim, tendo em mente as sanções aplicadas ao Japão, uma vez que foi um dos perdedores da Segunda Guerra Mundial, há de se citar a imposição sobre a desmilitarização de suas forças, portanto, restando aos japoneses a necessidade de buscar novos mecanismos pelos quais exerceriam sua política internacional. Portanto, com a onda massiva de globalização e a Doutrina Yoshida — a qual direcionava sua atenção a políticas econômicas e comerciais —, o Japão encontrou novas oportunidades de aplicação dessa doutrina, uma vez que ideais econômicos na política externa eram bastante bem-vindos. Adentrando a historicidade por trás da utilização do *soft power* por parte dos japoneses, este é com certeza um fator

chave para sua compreensão, uma vez que não é nenhum segredo que o Japão exercia seu poder pela Ásia de maneira deliberadamente imperialista.

Todavia, após a guerra, o Japão buscou por formas amigáveis de interação com seus vizinhos, as quais tivessem a prosperidade econômica como foco. Tendo basicamente o *soft power* como único mecanismo viável, efetivo e legal — já que suas forças foram desmilitarizadas pelos Aliados —, a sociedade japonesa direcionou-se a políticas de desenvolvimento econômico e cultural. Dentre essas, é inevitável que se cite os animes e os mangás, que cumpriam uma função bastante peculiar e interessante nesse processo, dado que, além do claro viés econômico por trás de sua produção, serviam como uma semente para a compreensão e adesão às raízes culturais japonesas. Contudo, os japoneses não esperavam que o sucesso seria tamanho.

Com o massivo processo de globalização visto durante a década de 1990, a cultura japonesa exerceu extraordinária influência por todo o mundo, até mesmo nos países que, indiretamente, o obrigaram a limitar-se a esse mecanismo, como os Estados Unidos. Com isso, deu-se início ao projeto “*Cool Japan*”, que se responsabilizava por impulsionar essa exportação de produtos culturais aclamados por sua agradabilidade e capacidade de ilustrar um Japão tão receptivo e de identidade tão familiar. Quanto à sua criação, “*Cool Japan*” surgiu espontaneamente no mercado e o governo japonês tem cuidadosamente transformado, esterilizado, e começou a usá-lo para os seus próprios interesses políticos’ (AKBAŞ, 2018).

Portanto, é evidente a dinâmica entre a comercialização da cultura japonesa e a utilização do mecanismo de diplomacia cultural como dispositivos a fim de atenuar as recorrentes visões anti-Japão decorrentes dos períodos imperialistas e conflituosos, existentes especialmente no sudeste asiático, como é evidenciado no texto,

*“In the late 1980s, the popularity of Japanese media culture in Asia began to attract the attention of policy makers, while subsequent globalized practices of soft power and nation branding gave greater emphasis to the use of media culture to internationally enhance the image of the nation, which has meant the promotion of ‘pop-culture diplomacy’ and, more broadly, ‘Cool Japan’” (IWABUCHI, 2015).*

Posteriormente, Iwabuchi inicia sua argumentação acerca do tema de maneira a introduzir as ações governamentais japonesas no que concerne o uso de políticas internacionais de diplomacia cultural popular para a obtenção de *soft power* através de meios culturais. Desse modo, o desenvolvimento e implementação de estratégias que convergem para a projeção internacional de uma imagem polida e selecionada, exportando produtos culturais que sejam atraentes às mais diferentes demografias internacionais, seja o parâmetro uma questão nacional ou independente da nacionalidade dessas pessoas, como animações, programas de televisão, música popular, filmes e moda, tais elaborações ainda são centrais no plantel dos esforços japoneses, bem como de outros países asiáticos, como a Coreia do Sul e a China, principalmente.

Há, portanto, um importante aprofundamento feito no artigo de Iwabuchi, o qual explicita ainda melhor as intencionalidades e mecanismos japoneses de ação, as quais são nacionalmente expressas por meio do website do Ministério Japonês de Relações Internacionais (Japanese Ministry of Foreign Affairs — MOFA —, como é descrito no texto), no qual o MOFA “*engages in the development of cultural diplomacy in relation to the increasing significance of two diplomatic strategies, which are public diplomacy and soft power*” (IWABUCHI, 2015). Ao referenciar-se à *public diplomacy*, o autor a define como uma estratégia diplomática que realça o entendimento internacional para com o posicionamento japonês em diversas questões ao agir imediatamente sobre as populações estrangeiras por meio de uma publicidade bastante eficaz.

Outrossim, ao adentrar na outra estratégia diplomática supracitada, Iwabuchi não se demora em apoiar-se de maneira ortodoxa nas produções do cientista político Joseph Nye. Todavia, como o questionamento acerca da real eficácia do *soft power* e da *pop-culture diplomacy* está em voga, indaga-se se efetivamente esses conceitos exercem o potencial proposto por Nye ou se apenas riscam a superfície disso e não transpõem uma natureza de sentido único da “movimentação” cultural popular japonesa, uma vez que, embora essa exportação realmente tenha a capacidade de aumentar o potencial internacional de compreensão do Japão e de suas trocas culturais, a diplomacia da cultura pop não necessariamente se envolve

de maneira profunda o suficiente para a promoção de um diálogo transfronteiriço efetivo sobre questões historicamente constituídas no leste asiático.

Ao esforçar-se de maneira mais concentrada no conceito de *pop-culture diplomacy* e sua ascensão no Japão, Iwabuchi explicita a discrepância das práticas japonesas e o reconhecimento teórico dos recursos de *soft power* — o qual só realmente teve sua popularidade realmente relevante nas últimas duas décadas. Contudo, discussões significativas a respeito de utilizações de práticas culturais e das mídias comunicacionais a fim de realçar a imagem japonesa no cenário internacional são datadas até mesmo do início da década de 1920 e 1930, enquanto o Japão aspirava com a simetria imperial e colonial de exemplos euro-americanos.

Entretanto, essas discussões encontraram seu fim após a duríssima derrota japonesa na Segunda Guerra Mundial e a subsequente ocupação norte-americana em seu território. Não obstante,

*“With rapid economic growth and the accompanied expansion of a middle-class youth culture in other Asian countries in the 1990s, increasing attention began to be paid to the great potential of Japanese TV programs and popular music in representing the contemporary urban life style of young people, and in enhancing Japan’s image in Asia, particularly among younger people who had not experienced earlier Japanese imperialism” (IWABUCHI, p. 421, 2015),*

garantindo assim aos japoneses mais uma oportunidade de ascensão e disseminação de influências localmente e, principalmente por causa do incessante aumento das interações nacionais devido ao uso da internet, globalmente e, devido ao passar do tempo e o impacto regional e de comoção gerado pelo lançamento das bombas de Hiroshima e Nagasaki por parte dos norte-americanos, a adesão, especialmente dos jovens do leste asiático que não viveram o período de imperialismo japonês, à ideia de consumo das mercadorias culturais populares advindas do Japão tomou grande parte do leste da Ásia.

À vista disso, ao mergulhar no diálogo entre a efetiva participação da *pop-culture diplomacy*, e sua comercialização de bens culturais populares, e a política “*Cool Japan*” no plantel de potencialidades japonesas, sua eficácia encontra diversos questionamentos ao decorrer dos textos adotados como referência para as discussões do presente trabalho, especialmente sendo criticada por não articular nitidamente objetivos específicos. Embora Iwabuchi articule pontos nos quais ele

ressalta a capacidade da troca cultural de aumentar o potencial compreensivo de uma nação, há em seu texto um ideal de que essa troca não substancialmente seja hábil de garantir que esse entendimento possa evoluir para além do prazer individualizado do consumo da mídia. Como apontado em diversos momentos em seu artigo, a ideia japonesa padrão de diplomacia da cultura pop tende a confiar em suposições ingênuas sobre a capacidade da cultura da mídia de melhorar a reputação no exterior, e para transcender as problemáticas e historicamente constituídas relações entre o Japão e outros países asiáticos.

Conforme visto nas obras e movimentos culturais retratados, entende-se que estes são responsáveis pelo crescimento do *soft power* japonês, ainda que não de propósito, sobre a audiência estudada. Com isso, é indubitável uma imensa adesão dos fãs das produções culturais a outras diversas expressões culturais japonesas, como programas de televisão, música, comidas típicas e etc. Desse modo, é evidentemente crescente um sentimento de afetividade e apreço pelo Japão como país — especialmente no público-alvo analisado neste trabalho, dado o voluntarismo inicial e o sucesso do *framing*.

Isto posto, dada a elencagem dos conceitos dos elementos do *framing*, é indispensável que a aplicação dos conceitos de *prognóstico* e *diagnóstico* não faz possível ao caso específico a este trabalho, uma vez que é ausente o propósito na construção do *frame motivacional*, o qual é, como exposto nas argumentações tecidas, inicialmente voluntário por parte da audiência. Ademais, a fim de explicitar elementos fundamentais do *frame*, é bastante evidente que o ator estratégico é a indústria de confecção de produtos culturais japoneses — oficialmente apoiado pelo Governo Japonês, com a política do “*Cool Japan*” e a audiência é composta pela comunidade negra norte-americana, a qual deve ter sua heterogeneidade salientada.

Outrossim, deve-se adequar seus elementos ao caso japonês discutido neste texto, segundo as possibilidades e as minhas interpretações. Para isso, inicialmente, tratando-se da *consistência*, possivelmente esse seja um dos elementos em que a inserção da teoria de Benford e Snow não se faça perfeitamente compreensível a um tema como o discutido neste trabalho, uma vez que esta discute acerca da fundamentação lógica, pautada em recursos e dados a fim de reforçar a

credibilidade da mensagem. Todavia, embora a qualidade da literatura e das mensagens expostas nas produções culturais japonesas não seja em nenhum momento o foco da discussão, sua excelência literária em nenhum momento se enquadra no que versa o elemento da *consistência*. Isso se dá pelo fato de que não é evidente nenhum tipo de construção lógica por detrás da construção narrativa utilizada nas tentativas de comercialização e internacionalização das exportações culturais japonesas.

Tal ocorrência pode muito provavelmente se suceder pelo fato de que o processo de *framing* no caso específico esmiuçado neste trabalho se deu de maneira voluntária, pelo menos em seu princípio. Dessa forma, o enquadramento e adesão à mensagem sendo disposta provavelmente relevou ou desconsiderou, em certo grau, alguns pré-requisitos, que foram explanados pela teoria de Benford e Snow como indispensáveis. Isto posto, é possível afirmar que a inversão ocorrida em neste evento faz com que seja impossível adequar satisfatoriamente o elemento da *consistência*, uma vez que este parte da proposição do autor de enquadrar sua mensagem ao ouvinte. Contudo, no caso da adesão negra norte-americana às exportações culturais japonesas, os ouvintes tomaram para si a mensagem como símbolo significativo de sua identidade cultural antes da esquematização consciente e voluntária do *framing*. Portanto, quanto a este elemento, há muito provavelmente uma lacuna na justaposição entre o caso analisado e a teoria adotada.

Ademais, quanto à *credibilidade empírica*, há uma certa compatibilidade evidenciável entre os problemas e preocupações do público alvo — o qual almejava por histórias onde sua figura, quando presente, não fosse categoricamente retratada de maneira negativa e marginalizada — e o discurso proferido nas exportações culturais japonesas que, mesmo antes do processo de adequação de discurso, não pecavam tanto na representação da figura negra. Desse modo, visto que tais mensagens cumpriam com tais parâmetros, é suficientemente concreto que, desde os filmes de kung fu chineses até os animes e mangás mais recentes, esse elemento é bastante congruente e evidente à discussão.

Finalizando os elementos da *credibilidade*, acerca da *credibilidade do autor*, este seja provavelmente o de elencagem mais simples, especialmente quando tão evidente na mídia norte-americana quando notados os artistas negros. Portanto, é

inegável que, com a massiva presença de citações de animes e mangás em letras de rap, vestuário com diversas referências retiradas dessas mesmas obras e a massiva adesão a essa indústria, é evidente que a indústria cultural japonesa é muito bem-vista e bastante querida na população alvo e, por isso, tem credibilidade junto a ela.

Progredindo, agora tratando-se dos elementos da *saliência*, ao que se trata da *centralidade* — a qual versa acerca da importância que a mensagem ocupa quando colocada num escopo referente à audiência receptora — quando em exposição constante nas histórias em quadrinhos nacionais como malfeitor, marginalizado e delinquente, é sensato que se acredite que os negros norte-americanos almejavam por uma mudança de sua representação nesse meio ou então algum mecanismo de fuga dessa exposição injusta e racista. Portanto, ao evidenciar-se que as exportações culturais japonesas não se pressionavam em momento algum ao representar a figura negra, houve um certo tipo de “identificação”, não por sua representação justa, inicialmente, mas pela ausência de sua representação injusta e preconceituosa — o que futuramente é alterado com o processo de *framing* desenvolvido pelo Japão.

Com isso, ao identificar que o público-alvo de suas exportações tem sido os negros norte-americanos, reverte-se e o insere às histórias, nem sempre como um protagonista, porém rarissimamente como antagonista. Ciente do estabelecimento de identificação entre suas produções esse público, os japoneses — que já dispuseram de imensa sorte inicialmente, visto que seu discurso, mesmo que com leve precariedade, já alcançava tal público — aumentam ainda mais a representação de elementos culturais negros em suas histórias e, também, saciam a ânsia que esse grupo possuía de representações que não fossem tão agressivas a si. Em vista disso, pode-se afirmar, então, que o processo de *framing* dispõem-se de maneira ambivalente quanto ao caso envolvendo as comunidades negras norte-americanas e os responsáveis pela produção e exportação de produtos culturais no Japão, uma vez que afeta simultaneamente tanto o autor quanto o público-alvo.

Outrossim, acerca da *comensurabilidade experiencial*, no caso específico deste trabalho, interpreto que há na verdade uma inversão da afirmação de Benford e Snow. Para isso, é manifesto pelos autores que há uma relação direta entre a

tangência do discurso e a realidade do público-alvo a fim do sucesso do *framing*. Entretanto, especialmente no caso estudado, a inversão dessa relação se prova muito mais eficaz, pelo menos ao analisar as exportações culturais japonesas e seus adeptos já existentes.

A fim de compreender tal interpretação, é inevitável que se compreenda a realidade negra norte-americana desde sua primeira inserção, passando pela escravidão, eventualmente as leis Jim Crow e as repercussões de tais processos. Desse modo, o retrato de histórias e contos que o alienam de sua realidade o propiciam momentos os quais a violência que sofria constantemente pudesse não estar tão escancarada diante de seus olhos. Com isso, ao retratar histórias de um continente distante — onde sua presença era inicialmente rara e, posteriormente, adequada a elencá-lo como capaz de boas ações e de, propositalmente, uma inserção taxativamente marginalizada — ou de universos fantasiosos, as exportações culturais japonesas alcançaram grande sucesso para com o público-alvo em questão. Sendo tal êxito pontualmente estabelecido pela ausência de tangência à realidade negra norte-americana, ou por inserções levemente mais tangentes, porém com imensa preocupação em estabelecer todas as adequações necessárias a fim de alcançá-lo da maneira correta

Dessarte, ao tratar do último elemento da *saliência*, a *fidelidade narrativa* se desenvolveu em minhas interpretações especificamente ao entender que o processo de *framing*, no caso japonês não nasce de maneira voluntária, visto que suas exportações culturais não tinham em mente em nenhum momento um público tão nichado e marginalizado. Todavia, é evidente uma reversão e adequação do discurso quando identificada esta adesão por parte de tal público-alvo. Vê-se no quadro abaixo:

**Quadro 02:** Aplicação dos critérios de ressonância

Credibilidade	Consistência	Ausente na aplicação do <i>framing</i> neste caso específico
	Credibilidade empírica	Almejo por uma representação que fugisse às evidentes nos EUA, onde sempre eram de marginalização do público-alvo; Filmes de kung fu chineses, animes e mangás japoneses que cumprem com tal desejo

	Credibilidade do articulador	Visão positiva e estimada da indústria cultural japonesa para com o público-alvo
Saliência	Centralidade	Ausência, inicial, da representação negra nas produções culturais, o que se prova benéfico, a priori; Introdução da representação negra de maneira mais justa, quando comparada à norte-americana — o que é inexoravelmente central à comunidade em questão —, após a identificação da adesão do público-alvo às exportações culturais japonesas
	Comensurabilidade experiencial	Retrato de histórias e contos que alienam o público-alvo de sua realidade violenta; Dada a seriedade e inevitabilidade das questões raciais, especialmente após os movimentos liderados por figuras como Martin Luther King Jr. e Malcolm X, o consumo das exportações culturais japonesas apresentava 2 valências à comunidade negra norte-americana: para as pessoas exaustas, eram um momento de alienação necessário para uma realidade tão devastadora; já para as pessoas que buscam ideais, os valores expressos nos animes e mangás e nas lutas raciais norte-americanas apresentavam um certo nível de correspondência.
	Fidelidade narrativa	Criação orgânica de identificação por parte do público-alvo e adequação das exportações culturais japonesas a atender os anseios demonstrados pelo público-alvo, havendo, dessa forma, uma equiparação entre os valores expressos pela comunidade negra norte-americana e pelas exportações culturais japonesas

Fonte: autoria própria (2021).

Por isso, o sucesso inicial do *framing* se dá organicamente por uma adesão voluntária de um povo sedento por uma formação identitária e um remorso contra seu escravizador — o qual incessantemente promovia histórias e produtos culturais que massacraram a figura negra em território nacional e propagavam o racismo estrutural da sociedade norte-americana. Isto posto, o processo de *framing* é prontamente adotado e desenvolvido de maneira voluntária e contundente pelos japoneses ao representar de maneira justa e respeitosa os negros, até em alguns

casos os colocando como protagonistas das histórias. Com isso, as exportações culturais japonesas foram cada vez mais fundamentais à formação identitária desse grupo tão órfão de representações culturais nacionais, logo, assimilando as exportações culturais japonesas, com devidas adaptações e ressignificações, à sua própria identidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este esforço argumentativo, além de bastante desafiador, foi de imensurável desenvolvimento acadêmico e pessoal. Ao decorrer de todo o texto são encontradas referências e leituras indubitavelmente ricas e profundas, além de discussões bastante ausentes do arcabouço teórico encontrado na academia. Com isso, ao aliar tantos autores e diversas reflexões provenientes das mais profusas áreas do conhecimento, se fez possível elucidar acerca do tema proposto. Dessa forma, são evidentes explanações sobre o conceito de *soft power* e sua respectiva versão quando em utilização pelo Japão, o qual o adota por meios não exatamente voluntariosos, mas com grande capacidade e eficiência.

Ademais, graças, principalmente, às contribuições incomensuráveis tanto dos autores Robert Benford e David Snow quanto de Vânia Carvalho Pinto, foi disposta uma vasta argumentação e compreensão acerca do conceito de *framing*, além de sua aplicação satisfatoriamente aprofundada à relação estabelecida entre o ator estratégico e sua audiência, Japão e comunidade negra norte-americana, respectivamente. Dessa forma, há também, embora a tentativa de adaptação em inúmeros momentos, o reconhecimento de limitações expressas na aplicação direta dessa teoria ao caso específico definido.

Isto posto, embora tais limitações, a proposta inicial deste presente trabalho é com certeza atendida e é estabelecida uma explanação teórica bastante fundamentada capaz de propor e demonstrar que é evidente uma responsabilidade detida pelas exportações culturais japonesas na formação identitária dos negros norte-americanos. Dessarte, só se faz possível afirma tal asserção com todas as compreensões teóricas e históricas concernentes tanto ao ator estratégico quanto à audiência, uma vez que, por mais que positiva, essa resposta é bastante dependente de alinhamentos e acontecimentos históricos específicos os quais culminam nessa relação.

## REFERÊNCIAS

AKBAŞ, İ. A “Cool” Approach to Japanese Foreign Policy: Linking Anime to International Relations. *Perceptions: Journal of International Affairs*, [s. l.], v. 23, n. 1, p. 95–120, 2018. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=poh&AN=131713469&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 23 set. 2020.

ANDROID AUTHORITY. What is Crunchyroll? Everything you need to know about the anime streamer. Disponível em: <https://www.androidauthority.com/what-is-crunchyroll-1095665/>. Acesso em: 24 set. 2021.

ARAÚJO, M. Além do animê: Reality TV e o Soft Power japonês. *Revista Fronteiras*, [s. l.], v. 22, n. 2, p. 103–113, 2020. DOI 10.4013/fem.2020.222.09. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=145618886&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 2 out. 2020.

Benford, Robert D., and David A. Snow. "Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment." *Annual Review of Sociology* 26 (2000): 611-39. Accessed July 21, 2021. <http://www.jstor.org/stable/223459>.

Bially Mattern J (2005) Why soft power isn't so soft: Representational force and the sociolinguistic construction of attraction in world politics. *Millennium: Journal of International Studies* 33(3): 583–612.

Clinton HR (2009) Nomination hearing to be Secretary of State Statement before the Senate Foreign Relations Committee, Washington, DC. <http://www.state.gov/secretary/rm/2009a/01/115196.htm>.

CRUNCHYROLL. Crunchyroll Reaches Four Million Subscribers!. Disponível em: <https://www.crunchyroll.com/en-gb/anime-news/2021/02/02/crunchyroll-reaches-four-million-subscribers>. Acesso em: 24 set. 2021.

GUERRERO, Ed. The Rise and Fall of Blaxploitation. In: LUCIA, C.; GRUNDMANN, R.; SIMON, A. (Eds.). *The Wiley-Blackwell History of American Film: Volume 3: 1946-1975*. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2012. p. 435–469. ISBN 978-1-4051-7984-3. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2013130278&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 20 out. 2020.

Hayden C (2012) *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Lanham, MD: Lexington Books.

HENG, Y.-K. Beyond 'kawaii' pop culture: Japan's normative soft power as global trouble-shooter. *Pacific Review*, [s. l.], v. 27, n. 2, p. 169–192, 2014. DOI 10.1080/09512748.2014.882391. Disponível em:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=95211078&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 7 set. 2020.

INSIDER. The anime movie 'Demon Slayer' broke box office records. That shouldn't come as a surprise. Disponível em: <https://www.insider.com/demon-slayer-movie-box-office-mugen-train-success-2021-4>. Acesso em: 23 set. 2021.

IWABUCHI, K. Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'. *International Journal of Cultural Policy*, [s. l.], v. 21, n. 4, p. 419–432, 2015. DOI 10.1080/10286632.2015.1042469. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=103417123&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 3 set. 2020.

IWABUCHI, K. (2002). *Recentring globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham, NC: Duke University Press.

LEVI, A. The sweet smell of Japan: Anime, manga, and Japan in North America. *Journal of Asian Pacific Communication* (John Benjamins Publishing Co.), [s. l.], v. 23, n. 1, p. 3–18, 2013. DOI 10.1075/japc.23.1.02lev. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=89384607&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 4 set. 2020.

LOBO-FERNANDES, Luís. Soft power: o jogo de atracção cultural e as vantagens da cooperação. **Relações Internacionais**, Lisboa, v. 6, n. 1, p. 1-4, jun./2005. Disponível em: [http://www.ipri.pt/images/publicacoes/revista\\_ri/pdf/r6/RI6\\_rec01\\_LFernandes.pdf](http://www.ipri.pt/images/publicacoes/revista_ri/pdf/r6/RI6_rec01_LFernandes.pdf). Acesso em: 29 set. 2020.

MARTINELLI, Caio Barbosa. O Jogo Tridimensional: o Hard Power, o Soft Power e a Interdependência Complexa, segundo Joseph Nye. **Conjuntura Global**, v. 5, n. 1, p. 65-80, /2016. Disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEWjk3leVmezsAhW5GLkGHTbaDqwQFjABegQIARAC&url=https%3A%2F%2Frevistas.ufpr.br%2Fconjglobal%2Farticle%2Fdownload%2F47424%2F28453&usg=AOvVaw1NR5HE\\_l6eVFxHks7jae-y](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEWjk3leVmezsAhW5GLkGHTbaDqwQFjABegQIARAC&url=https%3A%2F%2Frevistas.ufpr.br%2Fconjglobal%2Farticle%2Fdownload%2F47424%2F28453&usg=AOvVaw1NR5HE_l6eVFxHks7jae-y). Acesso em: 30 out. 2020.

MEDEIROS, Fernanda Luíza Silva de; BERNARDES, Pedro Henrique Dias Alves. O enquadramento dos direitos LGBTI como direitos humanos: uma análise do processo de construção do frame motivacional. *Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD, Dourados*, v. 7, n. 14, p. 118-143, dez. 2018. ISSN 2316-8323. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/moncoes/article/view/9109>. Acesso em: 04 out. 2021. doi:<https://doi.org/10.30612/rmufgd.v7i14.9109>.

New York Times (2009) How 'soft power' got 'smart'. 14 January. Available at: <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2009/01/14/how-soft-power-got-smart/>

NYE, Joseph S. (1990) Soft power. *Foreign Policy* 80: 153–171.

NYE, Joseph S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

NYE, Joseph S. *Paradoxo do Poder Americano*. São Paulo: Editora UNESP, 2002. soft power

NYE, Joseph S; KEOHANE, Robert, *Power and Interdependence*, Estados Unidos, Longman, 2001.

OTMAZGIN, N. Anime in the US: The Entrepreneurial Dimensions of Globalized Culture. *Pacific Affairs*, [s. l.], v. 87, n. 1, p. 53–69, 2014. DOI 10.5509/201487153. Disponível

em:<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=94901110&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 7 set. 2020.

OTMAZGIN, K. N. Japan imagined: popular culture, soft power, and Japan's changing image in Northeast and Southeast Asia\*. *Contemporary Japan - Journal of the German Institute for Japanese Studies*, Tokyo, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 1–19, 2012. DOI 10.1515/cj-2012-0001. Disponível em:<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=90366186&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 4 set. 2020.

PINTO, Vânia Carvalho. Exploring the interplay between Framing and Securitization theory: the case of the Arab Spring protests in Bahrain. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 1, n. 57, p. 162-176, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7329201400109>. Acesso em: 12 jul. 2021.

SOLOMON, T. The affective underpinnings of soft power. *European Journal of International Relations*, [s. l.], v. 20, n. 3, p. 720–741, 2014. DOI 10.1177/1354066113503479. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=97409333&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 19 out. 2020.

SOLOMON, C. The Newest Stars Of Japanese Anime, Made in America. *New York Times*, [s. l.], v. 154, n. 53285, p. 25, 24 jul. 2005. 53285. Disponível em:<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=17887968&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 18 out. 2020.

TECHRADAR. Funimation - subscriptions, how to sign up, and free account explained. Disponível em: <https://www.techradar.com/news/funimation-explained-subscriptions-sign-up-free-account>. Acesso em: 24 set. 2021.

The Japanese Times. 'Demon Slayer' first film in Japan to top ¥40 billion at box office. Disponível em: <https://www.japantimes.co.jp/culture/2021/05/24/entertainment-news/demon-slayer-tops-40-billion/>. Acesso em: 23 set. 2021.

The Guardian. Anime gets blackness wrong, here's how fans are fixing it. Publicado em: 1 out. 2020. Duração: 8min11seg. Disponível em: [https://youtu.be/hi2\\_S6kBgIq](https://youtu.be/hi2_S6kBgIq). Acesso em: 5 out 2020.

The Numbers. *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-Hen (2020)*. Disponível em: [https://www.the-numbers.com/movie/Kimetsu-no-Yaiba-Mugen-Ressha-Hen-\(2020-Japan\)#tab=summary](https://www.the-numbers.com/movie/Kimetsu-no-Yaiba-Mugen-Ressha-Hen-(2020-Japan)#tab=summary). Acesso em: 24 set. 2021.

TRAVIS, Yedoye. Why Anime is for Black People - Hip Hop x Anime | Beyond the Bot. Publicado em: 25 set. 2020. Duração: 18min34seg. Disponível em: <https://youtu.be/rj-9i04lvHQ>. Acesso em: 20 out. 2020.

WOMACK, Brantly. 2005. Dancing alone: A hard look at soft power. *The Asia-Pacific Journal: Japan Focus* 16 November. <http://japanfocus.org/-Brantly-Womack/1975>.