

KAWAII CULTURE E A IMPORTÂNCIA DA GLOBALIZAÇÃO JAPONESA NO FIM DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

Data de submissão: 05/07/2023

Data de aceite: 03/08/2023

João Pedro Fernandes Rodrigues

Universidade Federal do Ceará
Fortaleza - Ceará

RESUMO: A Kawaii Culture, ou cultura fofa, é um movimento cultural que nasceu no Japão em 1960. A ideia desse movimento era ter um modo de vida mais meigo, que fugia dos padrões japoneses na época. Durante o século XX foi amplamente difundida a narrativa de que a Kawaii Culture foi criada com o propósito de mascarar os crimes cometidos pelo Japão durante a Segunda Guerra Mundial. Assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar a percepção da Kawaii Culture como uma estratégia de ocultação dos crimes de guerra japoneses. Através de pesquisas bibliográficas, tendo como base o texto de Kyoko Koma e do Adrian David Cheok, além do vídeo “Is Kawaii Culture Hiding a Dark Secret?” do canal de YouTube “Prism of the Past”, essa pesquisa explora a representação de um Japão que estimulou fortemente sua globalização através da capitalização da cultura e produtos japoneses. Dessa forma, ainda no século XXI, é possível observar como a Kawaii Culture está presente nas

engrenagens socioeconômicas no Japão e ao redor do mundo. Assim, não há fontes confiáveis que colocam a Kawaii Culture como uma ferramenta de dissimulação.

PALAVRAS-CHAVE: Kawaii Culture; Japão; Globalização; Segunda Guerra Mundial

KAWAII CULTURE AND THE IMPORTANCE OF JAPANESE GLOBALIZATION AT THE END OF THE SECOND WORLD WAR

ABSTRACT: Kawaii Culture, or cute culture, is a cultural movement that was born in Japan in 1960. The idea of this movement was to have a sweeter way of life, which escaped the Japanese standards at the time. During the 20th century, the narrative that Kawaii Culture was created with the purpose of masking the crimes committed by Japan during World War II was widely spread. Thus, the present work aims to analyze the perception of Kawaii Culture as a strategy to conceal Japanese war crimes. Through bibliographic research, based on the text by Kyoko Koma and Adrian David Cheok, in addition to the video “Is Kawaii Culture Hiding a Dark Secret?” From the YouTube channel “Prism of the Past”, this

research explores the representation of a Japan that strongly stimulated its globalization through the capitalization of Japanese culture and products. In this way, even in the 21st century, it is possible to observe how Kawaii Culture is present in the socioeconomic gears in Japan and around the world. Thus, there are no reliable sources that place Kawaii Culture as a dissimulation tool.

KEYWORDS: Kawaii Culture; Japan; Globalization; Second World War

A Kawaii Culture, ou na tradução para o português, Cultura Fofa, é um movimento social japonês que teve início em meados da década de 1960, e vem como uma resposta direta a forma de vida do povo japonês no período pós Segunda Guerra Mundial, onde o governo e as industriais do Japão passam a focar no desenvolvimento industrial e principalmente tecnológico do país. A principal ideia da Kawaii Culture é se utilizar de um visual considerado fofo e meigo para os padrões da época (que inclusive sofre com alterações durante o tempo histórico) e fugir do padrão da sociedade japonesa da época. Um exemplo disso são os Salaryman (サラリーマン sarariman, “homem assalariado”) que é um termo Japonês que se refere aos trabalhadores do setor executivo de baixo escalão. Esse tipo de trabalhador possui um vestuário próprio e característico, que consiste basicamente em um terno comum, o que acaba gerando um padrão na indústria japonesa, e a Kawaii Culture é um dos movimentos sociais que vão contra essa corrente e tentam se mostrar únicos perante a sociedade.



1. Imagem de Salaryman em um metrô japonês.

Devido a toda essa proposta imagética que a Cultura Kawaii possui, com o tempo,

foram criados ícones que viraram símbolos desse movimento social no Japão e até no mundo. Com certeza o maior deles é a empresa japonesa Sanrio, criadora da personagem Hello Kitty, que foi uma das primeiras referências da Cultura Kawaii e que ainda continua forte até os dias de hoje. A Sanrio é uma empresa focada em vestuário e pelúcias que são uma das inspirações para o estilo de vida de pessoas que seguem a Kawaii Culture, e por conta disso, a empresa ainda hoje dita moda nesse nicho.



2. Hello Kitty e outros personagens da Sanrio.

Outro ponto forte da empresa Sanrio foi a utilização da personagem da Hello Kitty como mascote da empresa, não só durante seu período de expansão, mas até os dias de hoje. Isso fez com que a personagem se tornasse um símbolo da Cultura Kawaii e também da cultura japonesa, de certa forma. Até hoje a personagem da Hello Kitty é famosa no mundo todo, e isso se deve principalmente ao fato de não só a Sanrio, mas também a indústria japonesa como um todo focar na globalização num momento de pós Segunda Guerra Mundial. Esse movimento pode ser explicado por vários fatores, mas o principal é o fortalecimento da economia sociocultural japonesa. Um simples exemplo disso é a ideia de que um produto importado japonês é sinônimo de qualidade, principalmente quando é da área tecnológica, como celulares, computadores e carros.

A Cultura Kawaii ajuda bastante a imagem japonesa no quesito da globalização, já que vende produtos considerados visualmente fofos e agradáveis, que vencem a barreira da linguagem e consequentemente quebram a barreira cultural entre o ocidente e o oriente,

fazendo com que produtos japoneses entrem com mais facilidade do outro lado do mundo, comportamento esse que não era presente antes da Segunda Guerra Mundial.

Existe uma ideia de que a Cultura Kawaii foi uma ideia criada pelo governo japonês para “mascarar” os crimes de guerra cometidos pelo Japão durante a Segunda Guerra Mundial. A ideia era reforçar a imagem de um país não hostil para o resto do mundo através da sua cultura. A questão é que não faz sentido tentar mascarar um evento histórico, principalmente dessa magnitude que foram os eventos da Segunda Guerra, que até hoje são estudados principalmente no ensino médio, ou seja, numa educação de base, não precisando necessariamente de uma especialização na área da história para se estudar esse assunto.

Como já apresentado, é notável que a ideia de que a Kawaii Culture foi uma criação governamental é falsa, porém esse movimento social foi e continua sendo importante para o Japão e a cultura japonesa. Um dos exemplos é a difusão da moda e da cultura japonesa ao redor do globo, que mantém um mercado forte no país. Outro importante avanço, que não se deve apenas à Cultura Kawaii, mas que ela faz parte, é da já comentada difusão de produtos japoneses ao redor do mundo, principalmente produtos tecnológicos, que mais tarde foram o foco da indústria japonesa e que permanece até hoje sendo referência no mercado mundial. Outro mercado japonês que foi muito beneficiado pela Cultura Kawaii foi o do entretenimento, principalmente as animações japonesas, conhecidas mundialmente como *anime*. A indústria de *anime* no Japão é gigante, e se expande a cada ano, ficando mais forte principalmente no ocidente, onde vem ganhando fãs com rapidez.

Como já apresentado, a Cultura Kawaii influenciou fortemente a globalização japonesa pós Segunda Guerra, porém hoje, principalmente no Japão, ela é um pouco diferente. Esse movimento social ainda é importante e ainda atua em tudo que foi mencionado anteriormente, porém hoje a Cultura Kawaii é mais tratada como um estilo de vida e estética de moda japonesa, com roupas bem coloridas e extravagantes, cheias de acessórios e detalhes, às vezes se assemelhando até ao *Cosplay*. É presente principalmente entre jovens mulheres japonesas e possui influência inclusive na fala e na escrita, fazendo com que as pessoas que aderem a esse estilo falem de uma forma mais suave e até mesmo infantil. Inclusive a questão da infantilização de pessoas adultas como forma de fetichização, que é muito presente entre os japoneses, possui sim influência da Cultura Kawaii e deve ser mais cuidadosamente trabalhada.

REFERÊNCIAS

Cheok, Adrian David, and Adrian David Cheok. “Kawaii/cute interactive media.” *Art and technology of entertainment computing and communication: Advances in interactive new media for entertainment computing* (2010): 223-254.

Heng, Yee-Kuang. “Beyond ‘kawaii’pop culture: Japan’s normative soft power as global trouble-shooter.” *The Pacific Review* 27.2 (2014): 169-192.

Koma, Kyoko. "Kawaii as Represented in scientific research: the possibilities of Kawaii cultural studies." *Hemispheres* 28 (2013): 103.

iilluminaughtii. "Is Kawaii Culture Hiding a Dark Secret? | Prism of the Past". Youtube, 2022.

Iseri, Makiko. "Flexible femininities? Queering Kawaii in Japanese girls' culture." *Twenty-first century feminism: Forming and performing femininity*. London: Palgrave Macmillan UK, 2015. 140-163.