

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE BELAS ARTES
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA E TEORIA DA ARTE

ROBERTA FONTES LAVINAS

O KAWAII SUBVERSIVO DE YOSHITOMO NARA

Rio de Janeiro

2019

Roberta Fontes Lavinás

O *kawaii* subversivo de Yoshitomo Nara

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em História da Arte.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rosana Pereira de Freitas.

Rio de Janeiro

2019

Roberta Fontes Lavinias

O kawaii subversivo de Yoshitomo Nara

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Rosana Pereira de Freitas

EBA/UFRJ

Prof^a. Dr^a. Ana de Gusmão Mannarino

EBA/UFRJ

Prof. Dr. Marcus Vinicius de Paula

EBA/UFRJ

Rio de Janeiro

2019

Never forget your beginner's spirit!

A todos que precisam de esforço, rebeldia e fantasia.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente à minha mãe, por sempre, sempre, sempre me apoiar, nunca duvidar da minha capacidade e por suas opiniões sempre relevantes sobre arte, mais ainda sobre as "meninas abusadas com cara de mau"; a Sergio Ricardo, por ser meu melhor amigo, pelas risadas e por cuidar de mim, por me motivar nos piores momentos e me fazer pegar Vitamina D; a Rosana-sensei, pelas melhores aulas que já tive, por me fazer acreditar em um futuro e por plantar sementinhas de curiosidade na minha cabeça.

Agradeço também aos amigos da faculdade: André, Anna, Laura, Camila, Alan e Diego – não teria conseguido sobreviver no Fundão sem vocês.

A Linus, Zelda, Nina, Adriana, Claudio, Sergio e a todos os amigos do Discord por nunca me deixarem sozinha.

À Dra. Ana por conseguir me fazer dormir.

Por fim, agradeço a todos que participaram da coordenação do curso de História da Arte, especialmente durante a mudança de currículo. Obrigada pela paciência e pela compreensão.

Como diz Nara, “A vida é sempre difícil; vamos seguir em frente”!

“Você mora onde você mora,
você faz o seu trabalho,
você fala o que você fala,
você come o que você come,
você usa as roupas que você usa,
você olha as imagens que você vê...

Você vive como você pode.
Você é quem você é.

‘Identidade’
de uma pessoa,
de uma coisa,
de um lugar.

‘Identidade’
Só a palavra já me dá calafrios.
Ela gira em torno de calma, conforto, satisfação.
O que é isto, identidade?
Saber o seu lugar?
Saber o seu valor?
Saber quem você é?
Como reconhecer a identidade?
Criamos uma imagem de nós mesmos,
Tentamos corresponder a esta imagem...
É isto a que chamamos de identidade?
O acordo
Entre a imagem que criamos
E... nós mesmos?
O que é exatamente isto, ‘nós mesmos?’

Nós vivemos nas cidades,
as cidades vivem em nós...
A vida passa.
Nós nos mudamos de uma cidade a outra

De um país a outro,
Nós mudamos de língua,
Mudamos de hábitos
Mudamos de opinião,
Mudamos de roupa,
Mudamos tudo.
Tudo muda. E rápido...
Imagens sobretudo...”

(WENDERS, W., 1989)

RESUMO

LAVINAS, Roberta Fontes. O kawaii subversivo de Yoshitomo Nara. Rio de Janeiro, 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em História da Arte) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

A presente monografia apresenta um estudo de caso sobre a estética *kawaii* utilizando a produção do artista japonês Yoshitomo Nara. Com raízes na literatura e posteriores desdobramentos de uma subcultura urbana e de uma apropriação por parte do capitalismo para vender mercadorias, o *kawaii* se infiltrou na cultura pop mundial, em especial através do *soft power* nipônico. Nara é um exemplo de uma sociedade do pós-guerra que prosperou economicamente, recebendo influências ocidentais nas músicas e livros que consumia quando criança. As figuras infantis são presentes em suas obras, marcadas por signos que representam hábitos da vida adulta. O trabalho apresentará como o artista subverte as convenções da estética ao mesmo tempo em que aplica suas características.

Palavras-chave: arte asiática; japonesa; *kawaii*; subversão; Yoshitomo Nara.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO | 11 |
| PARTE I - KAWAII: CONCEITO E ORIGEM..... | 13 |
| PARTE II - YOSHITOMO NARA E O SUBVERSIVO | 30 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 47 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 49 |

INTRODUÇÃO

A primeira vez que vi um desenho de Yoshitomo Nara foi ao ouvir uma música da banda japonesa Shonen Knife. Era a capa do disco, e me chamou imediatamente a atenção: era uma capa cuidadosa, quase infantil, para uma banda que, ainda que fosse divertida, continuava no gênero *punk*. O desenho era de uma menina de vestido azul com colarinho branco, segurando dois doces, de olhos fechados e boca aberta, como se cantasse. O nome da banda estava escrito em letras garrafais, de cores variadas: verde, azul, laranja.

Foi uma época onde eu estava lutando com a minha própria vida profissional e pessoal; o início do que seria um episódio depressivo se formou, o que eu só saberia depois. A arte não era mais tão atrativa, e exposições passaram a ser ameaçadoras, com muita gente e muita luz e muita informação para o meu cérebro absorver. Assim, eu me refugiava aonde podia (e até quando eu consegui): narrativas, ilustrações, imagens fofinhas de bichinhos na internet.

Em 2015, quando eu estava fazendo estágio em um museu, ganhei uma entrada para a ArtRio, na Marina da Glória. Não lembro do que aconteceu além de ter *stand* de sorvete Magnum grátis com catálogo de brinde, água mineral cara e da vista ser bonita, mas uma obra em particular me chamou a atenção, e hoje me arrependo de não ter tirado uma foto com o meu Motorola da época: era um desenho de Nara. Eu não precisei ver a etiqueta, eu sabia, porque já conhecia o traço, já conhecia suas crianças ameaçadoras e ao mesmo tempo inocentes.

Esse ano, me contentei em comprar o livro *Hardboiled & hard luck*, de Banana Yoshitomo, pela capa ter sido ilustrada pelo artista. Parece superficial, e talvez seja. A verdade é que o *kawaii* é um problema principalmente da estética do consumo. No caso de Nara, ele usou a seu favor para atingir diferentes públicos, para além da camada do mercado da arte.

Resolvi fazer este trabalho de conclusão de curso sobre Nara pois foi um marco na minha formação como historiadora da arte e também como pessoa. Como outras pessoas que aparecem no filme *Traveling with Nara*¹, fui impactada por suas obras de forma afetiva. Não só isso, como, com o tempo, percebi minha inclinação para as coisas mais fofinhas, para um design mais arredondado, para uma vontade de ver vídeos de gatinhos imparável.

O primeiro capítulo é focado no conceito e na origem do *kawaii*. Baseada em artigos e livros como os de Sianne Ngai, a estética do fofo (o *cute*, em inglês) e do *kawaii* por vezes se intercalam. A grande diferença é que o *kawaii* por vezes se torna uma mercadoria ou um meio de propagar o *soft power*, seja de grandes empresas ou de governos.

Já o segundo é voltado especificamente para o estudo de caso de Yoshitomo Nara. Sua estética híbrida, entre Alemanha e Japão, a influência do *kawaii*, do *punk*, da cultura *do it yourself* e da globalização e sua vontade de se expressar são postas sob análise com um elemento subversivo, com exemplos de capas de disco, intervenções em gravura, desenhos e pinturas – forte disseminação pela cultura *pop*, palavra que o artista usa como sentimentos coletivos de uma mesma época.

Na história da arte, é comum vermos a rejeição das possibilidades da mercadoria se intercalar com a arte, de artistas se envolverem com o mercado da cultura de massa, e também sobre a estética e a cultura *kawaii*, que creio ser de fundamental importância para os tempos em que vivemos – são épocas como as que vivemos que as pessoas procuram abrigo na segurança de uma “estética da soneca”, como diz Jesse Barron. É necessário nos despirmos de preconceitos, entendermos as estéticas contemporâneas que nos rodeiam e revisá-las criticamente.

Como base de referência, utilizei catálogos de exposições sobre o artista, além de artigos e livros referentes ao tema. Era comum encontrar seu nome em textos sobre o fofo, o *cute*, e o *kawaii*, sendo algo mais específico reservado a livros especializados. Com este trabalho, pretendo traçar um breve estudo sobre o *kawaii* através do estudo de caso de Nara, que posteriormente poderá ser estendido a um estudo sobre a estética no Brasil.

¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FpyLx8apOEw>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

PARTE I – KAWAII: CONCEITO E ORIGEM

Ao falarmos de algo fofo, nossa imaginação nos leva para pensamentos como filhotes de cachorros, Hello Kitty, e palavras no diminutivo. O fofo, ou o *cute*, do inglês, e o *kawaii* japonês suscitam respostas semelhantes: o desejo de abraçar, de pegar, de apertar. São objetos que procuram afetar o indivíduo.

Atualmente uma tendência na cultura mundial, o fofo apareceu nas culturas americana e europeia do século XIX, ao que Walter Benjamin se prontificou a fazer anotações sobre a indústria dos brinquedos. Sobre essa comodificação, Benjamin diz que:

Se a alma da mercadoria que Marx esporadicamente menciona brincando existisse, ela seria a mais empática das almas, pois veria em todas as pessoas um comprador em cuja mão e lar gostaria de se aninhar. (NGAI, 2012, tradução nossa)²

O fofo, assim, ganha uma camada de sentimentalismo combinado à mercadoria, sendo identificada como uma estética comercial para satisfazer cada consumidor, que pode projetar seus desejos e necessidades no objeto.

Diferentemente do fofo ou do *cute*, por exemplo, o *kawaii* é amplificado para diversos ambientes da cultura pop, podendo ser considerado até um objetivo. O fenômeno do *kawaii* é tão singular que os significados do dicionário para a palavra em português “fofo” não dão conta em sua totalidade. Para o Dicionário Michaelis, por exemplo, uma das descrições é “que encanta pela aparência bela e graciosa”, o que não é um significado errado, mas relativiza e limita o conceito. Para Jan Mukařovský (NGAI, 2012), o valor estético é sempre uma alquimia, ou uma interação dinâmica entre valores estéticos e extra-estéticos. Frequentemente sentido, o conceito de *kawaii* é uma experiência afetiva e responsiva além dos atributos visuais.

² “If the soul of the commodity which Marx occasionally mentions in jest existed, it would be the most empathetic ever encountered in the realm of souls, for it would have to see in everyone the buyer in whose hand and house it wants to nestle”.

Há uma anedota registrada por Eiji Ōtsuka (SOUSA, 2011) na qual, em uma vigília por sua recuperação de uma hemorragia interna, um grupo de meninas colegiais chama o Imperador Hirohito de *kawaii*: um líder de estado soberano, força do poder conservador patriarcal, é posto como um senhorzinho frágil adorável, após ter liderado o Japão na Segunda Guerra Mundial.

Sendo exportado principalmente pela cultura pop, como mangás (quadrinhos) ou animações, chamadas de anime, o *kawaii* não se limita ao Japão, estando presente também em outros países do Leste Asiático e comum para os jovens de países ocidentais que possuem proximidade com a cultura asiática.

Mas o que de fato é o *kawaii*? Segundo o sociólogo Shinji Miyadai (OKANO, 2014), o *kawaii* pode ser definido por três categorias básicas: o ergonômico, o romântico e o gracioso. O ergonômico diz respeito ao sentido, que busca leveza e maciez em um objeto “sensitivamente carinhoso”, como diz Michiko Okano, podendo ser exemplificado por bichos de pelúcia; o romântico tem a ver com a visão subjetiva, a romantização do próprio indivíduo e do mundo ao redor, com o intuito de criar um universo envolvido pelo sentimentalismo; por último, o gracioso se relaciona com o que é infantil, puro, inocente e dinâmico.

Por *kawaii* ser um adjetivo, geralmente é esperado que seja um atributo de um certo objeto. Entretanto, essa definição pode causar confusão, pois, dependendo da situação ou do indivíduo, o mesmo objeto pode não ser considerado *kawaii* para ambos. Sianne Ngai (2012) diz que “dizer que algo é fofo é deixar ambíguo se é uma coisa boa ou ruim”.

De acordo com Manami Okazaki (2013), o *kawaii* se encontra nos mais diversos locais:

Aquele ponto de ônibus com formato de melancia? Kawaii. Mascotes da polícia adoráveis? Kawaii. Fashionistas de Harajuku com tutus rosas e franjas roxas, televisões da Hello Kitty, bolinho de peixe que parece um panda, garotas de mangás com olhos brilhantes, sinais de obra de construção que têm formato de sapos? Tudo kawaii. (OKAZAKI, 2013; tradução nossa)³

Para Kinsella (NGAI, 2012), o *kawaii* significa essencialmente infantil; ele envolve um vocabulário específico, com comportamentos sociais e um visual seguindo o parâmetro do doce, do vulnerável, inocente, puro, simples, ingênuo, e até mesmo fraco e sem experiência. Isso remonta a uma ideia de infância, dependente da mãe, mas também livre de deveres (*sekinin*). Os japoneses possuem o papel de criança antes de se inserirem na sociedade como adultos (*shakaijin*), quando podem ser independentes de seus pais, mas precisam trabalhar e ter responsabilidades que não possuíam antes.

A criança em si é uma invenção recente (BENJAMIN, 1994). Através dos brinquedos, dos livros e das pinturas europeias anteriores ao século XIX, há uma diferença no tratamento da infância. Ao serem retratadas nas telas, as crianças mais se assemelhavam a pequenos adultos do que exibiam propriamente comportamentos e feições infantis; os livros se limitavam a propagar histórias morais; e demorou até que os bonecos se despissem de adultos para usarem vestes infantis. No século XIX, desenvolve-se, a partir da psicologia e da pedagogia, a ideia de que a criança precisa de proteção por sua vulnerabilidade. Em 1919, é criado o Comitê de Proteção da Infância pela Sociedade das Nações (BASTOS, 2012).

O *kawaii* serve também como um tipo de proteção para a vida adulta, um escape, e também um desejo de voltar ou permanecer em um estado de infância. O conceito ganhou popularidade e virou um fenômeno, criando novas categorias e significados, sendo posteriormente comercializado no segmento *shōjo* – um mercado de produtos feitos especificamente para meninas.

³ “That bus stop shaped like a watermelon? Kawaii. Adorable police mascots? Kawaii. Harajuku fashionistas with pink tutus and purple bangs, Hello Kitty TV sets, fish cakes that look like pandas, girls in manga with sparkly eyes, construction signs that take the form of frogs? All kawaii”. Disponível em: <<http://blogs.wsj.com/scene/2013/07/23/5thingsyou didntknowaboutkawaii/>>. Acesso em: 27 nov. 2019

A palavra *shōjo* pode ser traduzida para o português como moça jovem, mas possui uma cultura particular em volta dela, podendo se desdobrar em subculturas através de grupos segmentados de meninas. A indústria do mangá se apropriou da demografia e publica quadrinhos diretamente para o público *shōjo*, criando traços e temáticas específicas, como garotas mágicas (chamado de *mahou shōjo*), tal qual o animê dos anos 1990 *Sailor Moon*.

Em 1990, a estética *kawaii* foi utilizada pelos *flyers* rosas (*pinku bira*), pequenos folhetos colados em cabines telefônicas ou entregues por moças jovens na rua como propaganda para clubes de prostituição (BORGREEN, 2011). Os folhetos eram rosas ou em cores pastel, e apresentavam ilustrações de meninas de mangá no estilo *shōjo*, com meninas de olhos grandes e inocentes usando roupas de dormir, explicitando seu conteúdo erótico.



Figura 1. Folheto pinku bira, de 1994.

O *kawaii* se propagou, na Era Moderna japonesa, a partir de ilustrações como as dos artistas Yumeji Takehisa (1884-1934), Junichi Nakahara (1904-1986) e Katsuji Matsumoto (1913-1983), acompanhadas de textos em revistas femininas sobre como as mulheres deveriam se comportar. Para Lori Merish, apreciar o “adorável” pressupõe uma identificação, de querer ser *kawaii* (NGAI, 2012).

A estética *kawaii* de Yumeji Takehisa se intercala com a definição romântica de Miyadai, devido às suas figuras frágeis e nostálgicas (OKANO, 2014). Influenciado pelo *art nouveau* importado para o Japão, suas obras ainda retêm vestígios das *bijin-ga*, das mulheres bonitas presentes nas gravuras japonesas do Período Edo.

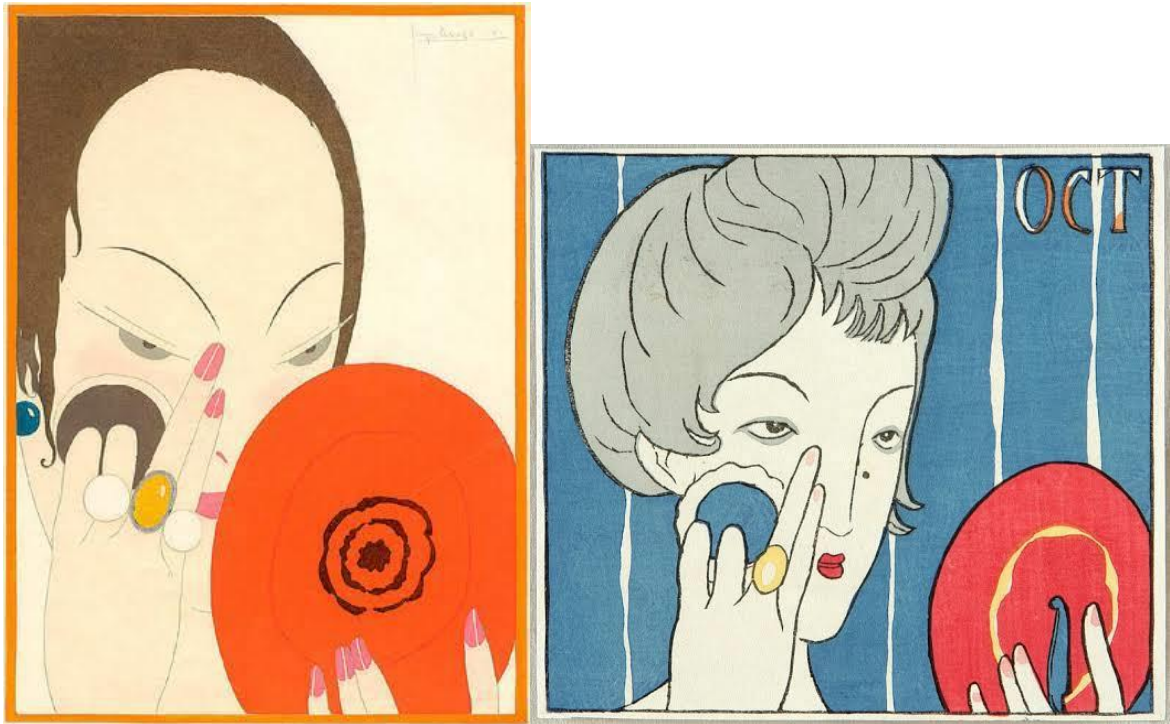


Figura 2. George Lepape, "Le miroir rouge" (1919) / Takehisa Yumeji, "Outono de maquiagem" (1924).

Após a Segunda Guerra Mundial, o *kawaii* teve duas vertentes principais: a primeira foi caracterizada pela criação da personagem Kurumi-chan, de Katsuji Matsumoto, e segunda, pelas obras de Ado Mizumori. Se por um lado, Kurumi-chan revelava um lado mais infantilizado, inclusive na idade, e representada por proporções deformadas da cabeça em relação ao corpo, as meninas de Ado Mizumori eram mais sensuais, já usavam sapatos de salto alto e mandavam beijos (OKANO, 2014). Entretanto, tanto Kurumi-chan quanto as meninas de Ado Mizumori possuem traços simplificados e cartunescos, com poucas linhas e olhos grandes.

Visualmente, a deformação é um fator importante para o objeto kawaii. Segundo Ngai (2015), a verossimilhança e a precisão formal costumam ir contra a ideia ou mesmo anular a fofura, que se torna mais proeminente em objetos com contornos simples e poucos detalhes, como é o caso da Hello Kitty. Simples, uma forma de gato sem boca, muda, e de fácil reprodução. A Hello Kitty é uma antropomorfização (*gijinka*) de um gato da raça bobtail japonês. Shintaro Tsuji, o fundador da Sanrio, notou que as sandálias com elementos decorativos, como flores, vendiam mais do que as que não os possuíam. Como forma de obter mais lucros, foram contratados *designers* de personagens até que, em 1974, a Hello Kitty foi criada por Yuko Shimizu, inspirada na cultura britânica que era importada pelo país. Ao ser indagada pela falta de boca da personagem, a empresa lançou notas dizendo que a gata não possui uma boca pois desejam que as pessoas “projetem seus sentimentos na personagem”, “sejam felizes ou tristes junto com a Hello Kitty”, e que ela não possui boca pois “fala do coração; ela é a embaixadora da Sanrio para o mundo e não é presa a qualquer idioma em particular”⁴.

A preocupação formal aponta outro problema visual: o de identificação. Segundo Siperstein (NGAI, 2012), o mesmo princípio pauta o *uncanny valley*, ou vale da estranheza, uma hipótese do roboticista Masahiro Mori que argumenta que quanto mais robôs estilisticamente simplificados pareçam e ajam como humanos, eles obtêm uma resposta afetiva maior até certo ponto, depois do qual provocam aversão, como é mostrado no gráfico. Um exemplo recente desse fenômeno ocorreu com o lançamento do trailer do filme de *Sonic the hedgehog*, no qual o personagem característico do jogo eletrônico, um porco-espinho azul e arredondado, possui longas pernas e dentes humanos, diferente de seu visual compacto e cartunesco. O trailer recebeu diversas críticas negativas, e atrasou seu lançamento em três meses para refazer a computação gráfica do personagem.

⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/hellokitty/status/844325305175195649>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

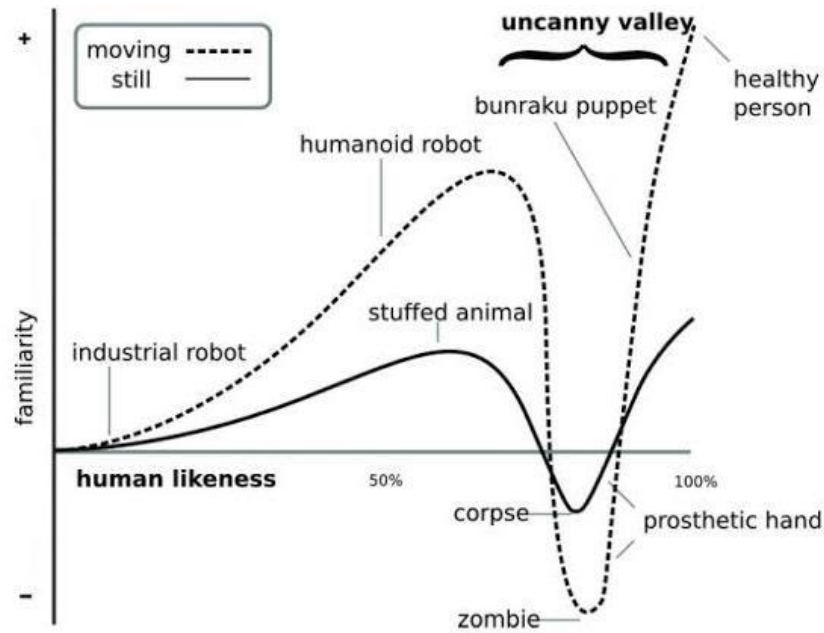


Figura 3. Gráfico do vale da estranheza.

Já a palavra *kawaii* é escrita em japonês como *かわいい* (ka-wa-i-i) no alfabeto hiragana e como *可愛い* com caracteres kanji. Visualmente, o hiragana possui formato mais arredondado, o que faz com que pareça essencialmente mais *kawaii*, sendo o mais utilizado, pois combina com o seu significado. Para Mio Bryce (2006), um objeto que é atraente e agradável, manifestando o olhar afetivo de quem o observa e também uma vontade de protegê-lo; um objeto que é ao mesmo tempo frágil, macio e pequeno, como, por exemplo, imagens de bebês.

É no fim do Período Heian que existe o primeiro registro da palavra *kawayushi*. Usada para expressar pena ou vergonha, posteriormente seu uso virou para demonstrar amor ou afeto em relação a um objeto, mas foi no Período Edo (1602-1868) que a palavra *kawaii* e suas variações começaram a ser usadas para expressar o significado atual. Os sentimentos expressados previamente ainda estão presentes, por mais que a palavra tenha mudado de um valor emocional para um estético. A primeira vez que o termo *kawayushi* aparece em um dicionário é no Período Taisho (1912-1936), sendo abreviado para *kawayui* após a Segunda Guerra Mundial. É somente depois da Exposição de Osaka, na década de 1970, que a forma *kawaii* atual emerge.

Antes de existir o *kawaii*, entretanto, havia o *utsukushii*. Considerado o antecessor do *kawaii*, a palavra era usada historicamente como registro de coisas pequenas, inocentes e bonitas, como é visto no clássico da literatura japonesa *O livro do travesseiro*, escrito pela dama da corte Sei Shônagon, no século X, no Período Heian (OKANO, 2014). Ela lista o que considera como “*utsukushiki mono*”, ou coisas adoráveis e bonitas. Nesta lista, Sei Shônagon incluiu a aparência, voz e comportamento de bebês, dizendo que as coisas pequenas são as mais adoráveis.

“*Utsukushiki mono* – coisas que são graciosas

Coisas que são graciosas. Rosto de criança desenhado em um melão. Pardalzinho que vem saltitando, ao imitarmos guinchos de rato. É muito graciososa a criança de dois, três anos, que engatinha rapidamente e, com vivacidade, descobre um pequeno cisco no chão, pega-o com seus dedos muito encantadores e mostra-o a cada um dos adultos. É graciososa também a menina de cabelo cortado rente aos ombros como o das monjas que, para ver alguma coisa, inclina o rosto ao invés de afastá-lo quando este lhe cobre os olhos.” (SHÔNAGON, 2013)

Isso exemplifica a qualidade ambígua do *kawaii*: a demonstração de um objeto que demonstra vivacidade, inocência e afeto, mas também fragilidade, assegurando a posição superior, assim como segura, pois o objeto não demonstra nenhum perigo do observador.

Ainda na literatura há outros exemplos de *kawaii*. Os *haikai*, que são poemas japoneses curtos, podem ser considerados pelo seu tamanho e seu consumo rápido. É também pela efemeridade e do *wabi-sabi*, conceito mais ligado ao búdico, que podem ser classificados desse jeito.

Sianne Ngai (2012) aponta algumas características que fazem a poesia moderna americana ser “fofa”: o uso de aférese – ou seja, a omissão de sons ou sílabas, tornando a palavra menor –, prosopopeia – uma figura de linguagem na qual o autor dá sentimentos ou ações humanas para objetos ou animais –, e também o ato de enfraquecer a sintaxe e reduzir o vocabulário à onomatopeia. No Brasil, o *Poeminho do contra*, de Mario Quintana, serve como exemplo:

Todos esses que aí estão
Atravancando meu caminho,
Eles passarão...
Eu passarinho!
(Mario Quintana)

O poema usa a quadra, uma forma de estrofe que consiste de quatro linhas, onde o primeiro verso rima com o terceiro e o segundo com o quarto (no esquema A-B-A-B), sendo de fácil entendimento. O título do poema introduz a ideia de ser “do contra”, de desafio e resistência, que é explicada nos dois primeiros versos: o eu lírico se incomoda com quem está no caminho, “esses (...) aí”, uma linguagem informal próxima à oralidade – é um sujeito que enfrenta sozinho um inimigo plural: “todos esses”, “eles” vs. “eu”. Mas é nos dois últimos versos que está o fator importante, quando o eu lírico faz um jogo de palavras com o verbo passar e o substantivo pássaro. Ao mesmo tempo em que transforma a palavra em um animal, ele aumenta os obstáculos (“passarão”) e se diminui (“passarinho”). De modo similar, seus obstáculos acabarão e ele terá, enfim, a liberdade e a leveza de um pássaro.

A escrita e a caligrafia também foram importantes para a cultura *kawaii*. Nos anos 1970, meninas de colegiais de locais variados começaram simultaneamente a escrever de forma horizontal em vez da usual forma vertical japonesa, além de arredondarem as letras e usarem palavras em inglês. Era uma caligrafia altamente estilizada que combinava alfabetos e símbolos. Os adultos criticavam, mas o jeito de escrever se espalhou pelo país, agradando as jovens, que o consideravam uma parte da apresentação da identidade desse grupo ou geração (BRYCE, 2006). Posteriormente, foram fabricadas e comercializadas fontes que imitavam o estilo.

O *kawaii* performado se encontra hoje na internet ou no ciberespaço pela forma de emoji, kaomoji e emoticons. A palavra emoji é derivada do próprio japonês, da união de *e* (絵, imagem) com *moji* (文字, caractere), e é usada para definir ícones gráficos que se originaram nos celulares japoneses da década de 1990. Recentemente, na década de 2010, os emojis foram adicionados a outros sistemas operacionais de celulares, e se diferenciam das outras categorias por serem imagens em vez de texto. O kaomoji são usados predominantemente por moças, diferentemente dos emoticons, que foram criados por homens jovens. O kaomoji é horizontal, enquanto o emoticon é um rosto de lado, com foco na boca, como em :), ao que o kaomoji foca nos olhos, tal como em (^_^);, às vezes até mesmo com a ausência da “boca” (BRYCE, 2006). Assim como nos anos 1970, é uma parte da identidade que o indivíduo escolhe apresentar para o outro. Ao usar representações gráficas de emoções, o indivíduo busca garantir simpatia.

Além da escrita e da caligrafia, o *kawaii* se ramifica para ações e gestos. Wenceslau de Moraes escreveu, em seu livro *O culto do chá*:

“Para a alegria dos olhos, a simples preparação do chá imprime um relevo delicioso á graciosidade innata na *musumé*, na attitude que lhe é mais habitual, de joelhos sobre a esteira, junto do seu brazeiro. A mimica é impressiva, unica; privilegio d'aquella figurinha meiga e ondulante e d'aquella buliçosa mão, de finissimos contornos, da japoneza, que é, em summa, a Eva mais gentilmente pueril, mais captivamente chimerica, mais feminina emfim, de todas as Evas d'este mundo. Parece certo que jamais o japonez, que ignora o beijo, haja poisado a bocca n'aquella mão que exhibe esplendores de graça para servir-lhe o chá; o forasteiro, em intimidade serena, pode ensaiar o galenteio se a phantasia o tenta; e então verá talvez, que a mãosita da musumé, reconhecida ao afago, se conchega de encontro aos labios, se demora, como uma rola docil gulosa de carinhos” (MORAES, 1905)

Como meio cultural, o *kawaii* se solidificou. Originalmente localizado para crianças e ao público feminino, o conceito se expandiu, e até mesmo órgãos governamentais fazendo uso dele, com a aparição dos mascotes (chamados de *yuru-chara*) mais variados: desde o famoso Kumamon, um urso preto com bochechas vermelhas criado em 2010 pela prefeitura de Kumamoto para atrair turistas à região – e agora tão popular que estampa produtos como camisetas, mochilas e até mesmo tintas, quando o governador da província de Kumamoto permitiu que empresas estrangeiras usassem a imagem do mascote, seguido da frase esperançosa de que Kumamon será amado por um século “assim como o Mickey Mouse”⁵ – até Comu-chan, um mascote em formato de preservativo com um coração no topo da cabeça que promove a proteção no sexo na cidade de Yokohama.



Figura 4. Kumamon e o governador Ikuo Kabashima.

⁵ *Drive to push local character Kumamon overseas hits local snag*. Nikkei Asian Review, 2018. Disponível em: <https://asia.nikkei.com/Editor-s-Picks/Japan-Update/Drive-to-push-local-character-Kumamon-overseas-hits-local-snag>>. Acesso em: 27 nov. 2019.



Figura 5. Comu-chan.

Outro mascote famoso é Chiitan, uma lontra-fada sem gênero que usa uma tartaruga como chapéu. Previamente, era o mascote não-oficial da cidade de Susaki, onde participava de eventos com políticos e o mascote oficial Shinjo-kun. Criada em 2017, Chiitan ganhou notoriedade na internet com seus vídeos onde performava golpes violentos e atrapalhados, alcançando quase um milhão de seguidores na rede social Twitter. O mascote foi até mesmo contratado pela desenvolvedora de jogos eletrônicos Square Enix para promover o jogo *Just Cause 4*, imitando manobras e lutas. Com a crescente popularidade, a mídia criticou o mascote, acusando-o de ser violento, irresponsável por praticar atos perigosos e chamando-o até mesmo de assustador.

O governo japonês não foi o único a se utilizar de um visual kawaii para espalhar mensagens. Grandes corporações, como a Panasonic e até mesmo a empresa chinesa de eletrônicos Xiaomi, possuem seus próprios mascotes. No ocidente, algumas empresas também se apropriaram do esquema, como o coelhinho rosa da Duracell, simplesmente chamado de Bunny (coelho, em inglês), mas estes raramente possuem a mesma presença física – ou *kigurumi*, quando uma pessoa se fantasia – que estes possuem no país nipônico. A companhia publicitária Dentsu explica que o kawaii é apropriado porque “une a sociedade pela raiz”, segundo Allison (2002).

Entretanto, é principalmente por meio da inserção do *kawaii* ao *mainstream* que o governo japonês o adotou como estratégia cultural, divulgando-o globalmente, como é o caso da moda lolita, que se originou nas ruas de Tóquio nos anos 1970 aos 1980. A moda lolita se constitui em inspirações dos estilos Rococó e nas roupas para crianças da era Vitoriana, fazendo uso de babados, vestidos com colarinhos, sapatos de boneca, e meias e saias até o joelho. Suas marcas adotam palavras doces tanto do inglês quanto do francês, como é o caso de Angelic Pretty, *Metamorphose temps de fille*, *Moi-même-Moitié* e *Innocent World*. Dentro desse estilo, existem diversas ramificações, como o *sweet lolita*, que tende para o lado Rococó e infantilizado ao utilizar rendas, cores claras, laços e acessórios como brinquedos e padrões de frutas e flores; o *gothic lolita*, por sua vez, tende ao Vitoriano, com roupas em tons escuros e acessórios como cruces e crucifixos, estimulando uma moda gótica. Para além desses, há outras vertentes, como o *casual lolita*, *country lolita*, *ero lolita*, *hime lolita*, *classic lolita*, entre outros (SOUSA, 2011).

Em 2009, o Ministério das Relações Exteriores do Japão anunciou⁶ três novas embaixadoras, chamadas de *kawaii taishi*, ou “embaixadoras *kawaii*”. Eram compostas por três meninas fashionistas, Misako Aoki, Yû Kimura e Shizuka Fujioka, que passaram a representar o país como “embaixadoras das tendências da cultura pop japonesa” e embarcaram em viagens ao redor do mundo para participar em eventos relacionados à cultura japonesa, como foi no caso da Exposição Japonesa em Paris de 2009, e até mesmo na Lolitas Parade, no Rio de Janeiro. Akemi Matsuda recebeu o título de Embaixadora *Kawaii* do Brasil em 2013, concedido pela Japan Lolita Association.

⁶ ‘Lolita’ e ‘colegial’ viram embaixadoras da cultura japonesa. G1, 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1030096-5602,00-LOLITA+E+COLEGIAL+VIRAM+EMBAIXADORAS+DA+CULTURA+JAPONESA.html>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

É esse fenômeno de difusão que Joseph S. Nye chama de *soft power*, ou poder suave. Para Nye (2004), o significado de poder nada mais é do que a “habilidade de fazer coisas e controlar o outro, conseguir que o outro faça coisas que ele não faria em outra circunstância”. Dessa forma, políticos e diplomatas costumam definir poder a partir de recursos, como território, população, poder militar e estabilidade política. Tradicionalmente, o teste de maior poder eram as guerras, o *hard power* (poder duro), mas após a Guerra Fria, para Nye, o fator dominante se deslocou das forças militares para elementos como tecnologia, educação e crescimento econômico. Assim, no lugar de utilizarem o método da força, países e corporações passam a incorporar, entre outras estratégias, a divulgação cultural como poder de influência. Segundo Cesnik e Beltrami:

As formas clássicas de interferência cultural eram o colonialismo, a guerra e a emigração. Hoje em dia a globalização cumpre esse papel, pois, independentemente das mobilizações das pessoas, de grupos sociais de diversas procedências culturais, religiões ou étnicas, o contato com outras culturas também é facilitado pela expansão das indústrias culturais, pelo avanço das formas do comércio internacional no qual a cultura encontrou seu espaço, pela integração de temas culturais no mundo [...] e pela simplicidade de trânsito do indivíduo (CESNIK; BELTRAMI, 2005).

Após a Segunda Guerra Mundial e a detonação de duas bombas atômicas, o Japão passou a criar o que o historiador Yoshikuni Igarashi (2011) chamou de “narrativa fundadora do pós-guerra japonês”: a passagem de um Estado militarista para um Estado pacífico. Segundo Okano, é a partir de então que o Japão se coloca em frequente posição de submissão e infantilização. Partindo desse pressuposto de inocência e fragilidade, fica mais fácil de entender por que a estética *kawaii* ou fofa ainda encontra resistência em países como os Estados Unidos, comprometidos com imagens de virilidade, grandeza e força.

Carregando a herança da brutalidade de outras épocas no continente asiático e a rejeição orientalista da Europa, o país adotou no pós-guerra uma política de neutralizar seus produtos para exportá-los: é o que Koichi Iwabuchi (2004) chama de “*mukokuseki*” (literalmente, sem nacionalidade), nacionalidade desodorizada ou mesmo apátrida. Ou seja, tratava-se de tirar o japonês do nome e do visual de seus produtos. Entretanto, com o sucesso das tecnologias de consumo japonesas como os video-cassetes, as televisões e carros, o país recebeu atenção por sua qualidade e uma grande reputação mundial. A essa tecnologia, Iwabuchi dá o nome de *hard technology* (tecnologia forte) e afirma que se diferencia da *soft technology* (tecnologia suave) das imagens, idols, narrativas ou música, já que os eletrônicos são consumidos globalmente, como é, por exemplo, o caso do *walkman*, produto da empresa japonesa Sony, que foi importado por diversos países, entretanto, a música japonesa era pouco escutada.

Um exemplo da exportação de um produto cultural foi o caso da série de televisão *Power Rangers*, que chegou ao ocidente em 1993, fazendo sucesso, mas que foi editada para parecer que tinha sido feito em terras norte-americanas, como a mudança de atores japoneses para americanos e a realocização do Japão para a Califórnia, deixando seus espectadores sem o conhecimento de que se tratava de um programa japonês.

Posteriormente, com a chegada de *Pokémon* ao ocidente em 1998, o panorama mudou. A série japonesa começou como um jogo eletrônico para o video-game portátil Game Boy em 1996, e rapidamente virou uma franquia com jogo de cartas, desenhos, filmes, quadrinhos e bonecos. O objetivo principal do jogo é capturar todos os *Pokémon*, criaturas de diversas espécies inventadas que podem batalhar entre si (*Pokémon* significa *pocket monster*, ou monstro de bolso, devido ao fato de as criaturas serem capturadas por uma bola e ficarem dentro dela), que no início possuía 151 monstros; atualmente, é possível capturar mais de 800 *Pokémon* diferentes. Segundo a revista Nintendo Power, a Nintendo dos Estados Unidos tinha o intuito de localizar os jogos para uma audiência ocidental, o que incluiria um processo de inclusão e mudança de alguns *Pokémon*, mas o pedido foi negado e os monstros permaneceram iguais nas duas versões. Isso pressupõe não uma força sobre o *design*, mas uma negociação entre Japão e Estados Unidos.

Pokémon se inspirou e contribuiu para a cultura *kawaii*: seu mascote, Pikachu, é um roedor redondo, amarelo, de olhos grandes, bochechas vermelhas similares às de Kumamon. Ele é *kawaii*, seu traço é simples, e facilmente reconhecido ao redor do mundo pela influência da série. Ao mesmo tempo, Pikachu e outros *Pokémon* devem ser capturados – explicitado pelo lema “Temos que pegar” –, mas a série deixa claro que eles são seres vivos, semelhantes a bichos de estimação ou até mesmo amigos. A comodificação do *kawaii* em objetos como bonecos, camisas, mochilas, entre outros, também se torna, assim, afetiva, a ponto de criar o fenômeno da Pokémania.

A Barbie, ao ser importada para o Japão, não foi recebida com tanto entusiasmo, levando à criação da boneca Rika-chan em 1967, como uma versão nipônica (BORGREEN, 2011). As principais diferenças entre a Barbie e Rika-chan é que a última se configura por uma representação mais jovem, infantilizada, enquanto a boneca americana possui proporções mais adultas, com pés já no formato para o uso de salto alto. Rika-chan é uma adolescente com rosto de menina, sem muitos traços de maturidade; ela também possui elementos típicos do *kawaii*, como os olhos grandes, nariz pequeno e boneca em formato de coração.



Figura 6. A boneca Rika-chan, em uma edição do mascote Kumamon.

É nesse contexto que entra o *kawaii*, uma estética exportada a partir de imagens e produtos de consumo que propaga o impacto cultural do país. Atualmente, através de jogos e desenhos, é possível identificar se o produto vem do Japão, como é no caso de *Pokémon* e da empresa de jogos eletrônicos Nintendo. Segundo Kinsella (NGAI, 2012), o *kawaii* é acessível justamente pelo consumo. Assim como as revistas femininas ditavam como agir nas eras Meiji e Taishô, elas continuaram a ditar o que se deveria fazer para atingir o *kawaii* na década de 1970, porém o enfoque não era mais no comportamento, e sim no consumo de roupas e acessórios.

É na mesma década que surge o *kawaii* contemporâneo, com a criação dos objetos inspirados em mangás e animês, chamados de *fancy goods*, que se apropriaram da estética *kawaii*. Nos anos 1990, o mercado se reconfigura e não passa mais a produzir em sequência (do mangá para o anime para bonecos), mas lança todos os seus produtos simultaneamente, entre seriados, jogos e outros (STEINBERG, 2004). A partir de então, o que une esses produtos é o afeto aos personagens, que podem acessar esse mundo fantasioso por seus signos que identificam o personagem e também por elementos que não são gráficos, tais como frases dos personagens ou o jeito como falam. Segundo Ōtsuka Eiji (STEINBERG, 2004), não é mais o produto que os consumidores japoneses procuram, mas a “grande narrativa” que eles possuem. No caso do Japão contemporâneo, não é o objeto que suscita o desejo dos consumidores, e sim a estética *kawaii* na qual estão submergidos. Para Kinsella (OKANO, 2014), “o que o processo capitalista despessoaliza, um bom design *kawaii* repessoaliza”.

PARTE II – YOSHITOMO NARA E O SUBVERSIVO

Em outubro de 2019, uma pintura do artista japonês Yoshitomo Nara alcançou a marca de venda de 25 milhões de dólares em leilão de arte contemporânea promovido pela Sotheby's, em Hong Kong, batendo em cinco vezes o seu valor recorde anterior⁷. A pintura em questão era *Knife behind back*, de 2000, que contém a figura de uma menina de vestido vermelho com colarinho branco. O espectador não consegue identificar a faca que a menina segura atrás dela, pelo braço escondido em seu vestido. A figura é *kawaii*, ao mesmo tempo em que causa medo: apesar de ser uma criança (mais ainda, pelo papel que esperam do gênero, por ser uma menina), seus olhos são ameaçadores, assim como o fato de portar uma faca, especialmente escondida. É uma imagem subversiva, que eleva as expectativas por ser acessivelmente adorável e que suscita questões como a inocência da infância e a capacidade de atos rebeldes da criança.



Figura 7. Yoshitomo Nara, *Knife behind back* (2000).

⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/Sothebys/status/1180822212099502080>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

Segundo o Dicionário Michaelis, subversivo pode ser definido como:

adj. Que subverte; que provoca subversão.

adj sm. 1. Que ou aquele que propõe e/ou executa ações com o objetivo de transformar ou derrubar a ordem vigente; revolucionário. 2. Que ou aquele que propaga ideias ou teorias diferentes daqueles da maioria, que, em consequência disso, pode se sentir prejudicada ou ameaçada. 3. Que ou aquele que age para tumultuar a ordem vigente, espalhando o caos; agitador.

A subversão está próxima da contra-cultura, de ir contra o que é dominante com um toque de rebeldia. Na cultura pop, os grandes ícones são o estereótipo de rebelde, como James Dean em *Juventude transviada*, filme de 1955.

A partir dessas definições, as meninas de Nara são identificadas como subversivas por suas ações e suas expressões: os olhares acusatórios e de desprezo, a faca escondida, o cigarro que fumam e as letras punk que as rodeiam. Não são coisas que facilmente se associam ao *kawaii*. As figuras são crianças, buscando uma resposta de cuidado e inocência, mas ao mesmo tempo fazem coisas de adultos, como fumar, um ato comum de adultos japoneses, e parecem ameaçadoras ou com raiva. Elas não são necessariamente identificadas como meninas ou meninos do mesmo jeito que a Hello Kitty não possui boca: é intencional, para passar uma mensagem universal; o artista deseja que a conexão entre obra e espectador transcenda seus gêneros.



Figura 8. Yoshitomo Nara, *Too young to die* (2002).

Nara está mais preocupado em mostrá-las em práticas subversivas do que em propriamente denunciar o ato do tabagismo. A edição de cinzeiro da obra *Too young to die* (em português, muito jovem para morrer) é sintomática: a criança não é jovem demais para morrer por causa do cigarro, ela é jovem para perder sua essência e sua rebeldia.

É comum crianças serem consideradas como heróis na mídia pop: como no caso de *Pokémon*, onde o protagonista tem 11 anos, por exemplo, e sai em uma aventura ao redor do mundo, ou nos filmes do Estúdio Ghibli, como em *A viagem de Chihiro*, onde a protagonista é uma menina de 10 anos que precisa lidar com espíritos para salvar seus pais. São crianças que tomam o papel de heróis, com integridade moral e são corajosas ao enfrentarem seus desafios. O próprio caso do *kawaii*, onde se idealiza a inocência da criança e a infantilização é um ponto importante que é distorcido nas obras do artista.

As crianças de Nara possuem dois lados: algumas são passivas, em um pensamento profundo, mais visto em suas pinturas, enquanto outras são ativas, expressivas, tocam instrumentos ou carregam facas e são mais predominantes em seus desenhos. De qualquer maneira elas são crianças punks, que fazem “coisas feias”, como diz Bustamante (2013), Isso pode ser identificado com uma ruptura à tradição heroica de uma criança moralmente correta. Como Steven Trescher afirma, a aura rebelde que as envolve possui a mesma atitude punk que o artista prega, uma espécie de “rejeição de qualquer tipo de conformidade” (BUSTAMANTE, 2013). Suas crianças são espíritos livres, sem serem governadas por regras ou autoridades.

Em 1995, a revista de arte japonesa *Bijutsu techo* apontou Nara como uma das figuras proeminentes do *kairaku kaiga*, ou pintura de prazer – uma nova tendência da época, onde o artista estava emocionalmente envolvido com o processo criativo e os temas de sua produção e desejava compartilhá-los com o espectador. O artista busca as primeiras experiências: de calor, de doçura, o primeiro sentimento de tristeza e até mesmo a primeira experiência de bullying. “Não estou particularmente interessado em passar uma mensagem para os outros”, mas sim em uma sensação emocional crua.

O mais novo de três irmãos, Yoshitomo Nara nasceu em uma pequena aldeia no norte do Japão, em 1959. Apesar da família grande, seus irmãos eram mais velhos e o artista cresceu como se fosse filho único – devido ao rápido desenvolvimento econômico do país no pós-guerra, seus pais trabalhavam e, como muitos de sua geração, voltava para casa após a escola e encontrava sua casa vazia, sem supervisão dos adultos. A expressão em inglês *latchkey child* traduz esse fenômeno: crianças que voltam para a casa com as chaves de casa. Assim, Nara passou sua infância sozinho, com a companhia da televisão, de seus livros e discos de música, especialmente americana e britânica, além de desenhar para passar o tempo.

Crescer com uma infância solitária no Japão pós-guerra se mistura com a própria noção de identidade do país. *Kokutai* é a palavra para esse conceito de essência, identidade e orgulho japonês, criado no Período Edo, e tem suas raízes em textos antigos como o *Kojiki*, o livro mais antigo da história do Japão, e o *Nihon Shoki*, o segundo livro mais antigo, iniciando com lendas mitológicas. Ambos os livros alegam que a linhagem do imperador é diretamente descendente da deusa do sol Amaterasu-ōmikami, e os conceitos de estrutura nacional (o sistema imperial), base nacional (origem divina do Japão) e caráter nacional (o tradicional código moral japonês) encontrados nesses textos formaram a identidade do país (LIFTON, 1962).

O Japão procurou sustentar sua independência tanto da influência ocidental quanto da influência de outros países asiáticos desde a Restauração Meiji, quando acabou com um isolamento de quase três séculos do resto do mundo. O país via-se de igual para igual com qualquer outra potência ocidental e, assim, o colonizador da Ásia por direito. Apesar de ter poder, o país ainda tinha medo de ser não apenas dominado militarmente pelo ocidente, mas ideológica, institucional e culturalmente também.

Tudo mudou com o fim da Segunda Guerra Mundial, quando, em 6 de agosto de 1945, a bomba atômica Little Boy (menininho, em português) foi lançada na cidade de Hiroshima. Dias depois, no dia 9 de agosto de 1945, os americanos lançaram a segunda bomba atômica, chamada de Fat Man (homem gordo, em português), em Nagasaki. Em 15 de agosto, os japoneses se renderam, após diversas mortes de civis. Os nomes das bombas se devem às suas formas. A Little Boy era previamente apelidada de Thin Man (homem magro) e seria longa, enquanto a Fat Man seria redonda.

Esses eventos modificaram profundamente os conceitos de soberania e identidade, o *kokutai*. Ao anunciar a derrota no rádio, o Imperador Hirohito, previamente considerado do legado de Amaterasu, se revelou como humano, descreditando a origem do *kokutai*. Para além das bombas, os Estados Unidos proibiram as atividades militares no país, assim como também ocuparam o outrora orgulhoso Império do Japão. Depois disso, a moral originada pelo *kokutai* não era mais ensinada nas escolas, e a geração seguinte cresceu sem esses valores, considerados datados e cada vez mais irrelevantes para suas vidas (LIFTON, 1962).

O vazio ideológico intensificou a diferença entre as gerações, entre os jovens e seus pais. A juventude cresceu influenciada por valores americanos, como a independência, ainda que recebesse alguns valores tradicionais de seus pais, que ainda se agarravam ao *kokutai*. Os adultos e os jovens exibiam diferentes pontos de vista no momento, e os últimos, em especial, lutavam para conciliar esses diferentes tipos de pensamento. Dessa maneira, a juventude da época sentia que seus pais não a podia compreender, e levou a sentimentos de solidão.

O próprio Nara reconhece que sua infância foi um indício de que os tempos estavam mudando:

No Japão, a minha geração vivenciou uma mudança na estrutura familiar, de uma família grande para uma família nuclear. A família grande consiste em avós, pais, e seus filhos... A minha geração cresceu nessa época de transição. (CHIU, 2010; tradução nossa)⁸

Assim, é importante ressaltar a presença de uma solidão característica nos trabalhos do artista. Sem os pais, que trabalhavam, e os irmãos, mais velhos, Nara, introvertido, se ocupava com os itens de cultura pop em sua casa, lidando com sentimentos de alienação e isolamento.

Em 1987, o artista se forma em artes pela Universidade de Aichi em vez de seguir uma carreira tradicional e, em 1988, se muda para a Alemanha onde estudou na *Künstakademie*, na cidade de Dusseldorf, no qual ele relata, em semelhança à sua infância, sobre seu tempo na Alemanha:

Por algum motivo, acabei morando na Alemanha por 12 anos. Eu fiquei literalmente ‘sozinho’ no país. Me lembrou da minha infância solitária. Senti o frio e a escuridão da cidade (Düsseldorf), como a minha cidade natal, e a atmosfera potencializou a minha tendência de me isolar do mundo de fora. Isso me ajudou a lembrar dos sentimentos que eu tinha quando era menino na minha cidade também. Então, comecei a conversar com o meu eu de 7 ou 8 anos em Aomori e com o eu de 28 anos na Alemanha, além da distância de 20 anos, e centenas de quilômetros entre os países. O resultado da conversa foi óbvio: o que eu desenhava mudou drasticamente. (FURUKAWA; tradução nossa)⁹

⁸ “My generation in Japan came at the cusp of a shift in family structure, from a large family to a nuclear family. The large family consists of grandparents, parents, and their children... My generation grew up in this transitional period”.

⁹ “For one reason or another, I ended up living in Germany for 12 years. I became literally 'alone' there. It strongly reminded me of the memory of my lonely childhood. I felt the city's (Düsseldorf) cold and darkness, just like my hometown, and the atmosphere there reinforced my tendency to seclude myself from the outer world. It helped me to remember the boy-me's feelings from back in my hometown, too. So I started talking with the 7- or 8-year-old boy-me in Aomori and the 28-year-old current-me in Germany, beyond the time-gap of 20 years, and the thousands of kilometers of distance between the countries. The result of the conversation was so obvious: what I drew changed drastically”. Disponível em: <<https://www.asymptotejournal.com/interview/an-interview-with-yoshitomo-nara/>> Acesso em: 27 nov. 2019.

Na Alemanha, foi orientado pelo pintor neo-expressionista A. R. Penck, que tocava bateria, o que teve impacto em suas obras. Apesar de já ter dito que se encontrou poucas vezes com seu professor, o ambiente o contaminou. O neoexpressionismo teve impactos na Itália e nos Estados Unidos, mas foi na própria Alemanha que o termo *Neue Wilden* foi cunhado, em referência ao fauvismo. No fim dos anos 1970, começou uma retomada ao expressionismo moderno, de prática de pintura e o retorno à figuração. Inspirados pela atmosfera politizada dos anos 1960 e pelo artista Joseph Beuys (1912-1986), os novos selvagens, como eram chamados, tentavam buscar significados sociais e políticos para suas obras. Entre outros artistas estão Jörg Immendorff, Sigmar Polke e Anselm Kiefer.



Figura 9. Yoshitomo Nara, *Make the road, follow the road* (1990).

Sobre a questão visual sobre a figura e o fundo, que aos poucos foi desaparecendo em sua produção, Nara diz:

Eu cheguei em um país estrangeiro onde não tinha certeza de como eu viveria, e houve uma mudança visível nas minhas pinturas... As “crianças” e “animais” são, no final das contas, autorretratos, mas eliminei o tratamento descritivo do fundo, provavelmente porque eu estava longe do Japão, que era um lugar familiar no qual eu estava acostumado a viver, e estava livre das influências de lá. São pinturas que surgiram mais de um confronto comigo mesmo. (YANG, 2019; tradução nossa)¹⁰

Dessa forma, o fundo desaparece pela sua distância do país que ele conhecia, e pela nova vida isolada que levava.

Longe das influências históricas e do ressurgimento de uma busca do Período Edo, Nara teve a oportunidade de olhar para si mesmo. O Período Edo foi uma época definitiva para os meios de consumo de arte do país: era possível comprar gravuras pelo preço de um almoço, e os editores indicavam aos artistas os motivos mais lucrativos, fazendo com que os gêneros se misturassem em uma só gravura. Foram nos quase três séculos da capital em Edo que a arte japonesa deixou de ser palaciana, de agradar aos costumes da corte, e passou a ser urbana, a mostrar cenas do cotidiano e dos bairros dos prazeres da cidade. Dessa forma, é interessante a relação de Nara com as capas de discos de música, pois dissemina sua produção, sem distinguir entre a arte e a cultura pop. Em uma publicação em seu antigo blog, Nara diz que “a capa de um disco é o resultado de uma colaboração entre sensação auditiva e percepção visual”.

¹⁰ “I arrived in a foreign country where I was uncertain how I would live, and there was a clear change in my paintings...The ‘children’ and ‘animals’ are ultimately self-portraits, but I eliminated the descriptive handling of the background, probably because I was in a place far from Japan, the familiar place where I had been used to living, and was free of influences that clung to me there. This is a painting that emerged more from a confrontation with myself.”



Figura 10. Capa do disco *Happy Hour* (1998), da banda *Shonen Knife*, ilustrado por Yoshitomo Nara.

Assim, sua produção não se concentra apenas no estrito círculo da arte, mas também em diferentes camadas demográficas, atingindo crianças que se aproximam de suas obras, a adolescentes que buscam refúgio e compreensão, e adultos que analisam seus passados e retêm a rebeldia infantil; além de pessoas que o conhecem por sua disseminação na cultura *pop*. O que o identifica são suas imagens acessíveis e reconhecíveis, que cria desde os anos 1990. Suas crianças e animais, sem fundo, não evocam quaisquer códigos sociais ou geográficos para serem entendidas.

Principalmente em seus desenhos, Nara faz uso do texto. É frequente que sejam letras de canções em inglês, ou frases em alemão, contrastando com as etiquetas das gravuras do *ukiyo-ê*. Ele propõe uma simultaneidade entre ler o texto e ver a obra, que se faz presente também quando se ouve as músicas, adicionando mais uma camada de atenção e concentração para o espectador. Para Azuma, “no movimento da modernidade para a pós-modernidade, nossa imagem de mundo mudou drasticamente da vista cinematográfica para uma que é lida/escrita (*yomikomu*)” (STEINBERG, 2004).

Enquanto suas imagens intencionalmente não possuem itens simbólicos, o público pode se guiar pelas palavras que estão nas obras, que preenchem este espaço com poesia e sons, como foi no caso de uma exposição individual na Asia Society, nos Estados Unidos, onde playlists de música folk e punk estavam disponíveis em fones enquanto os espectadores viam sua produção, fazendo com que o público tivesse uma experiência íntima e pessoal.



Figura 11. Yoshitomo Nara, *Untitled (ESP Girl)*, da série *Time of my life* (1992-2000).

A influência da música, especialmente o gênero do punk e folk, é visível não só nos textos que acompanham as figuras, como no desejo do artista em fazer capas de disco. Segundo o próprio, quando criança, ele desenhava capas para discos de bandas que ouvia; e desenhou ilustrações para bandas de diversos locais: Noodles, do Japão, assim como The Star Club, uma das primeiras bandas punk do país; R.E.M., dos Estados Unidos; e The Birdy Num Nums, da Alemanha.

O princípio DiY, ou *do it yourself* (faça você mesmo, em português), tem suas origens no movimento punk, e pode ser compreendido como parte da subversão das obras de Nara. O *do it yourself* é um modo de rebeldia que os jovens dos anos 1970 e 1980 de diferentes partes do mundo criaram para sua contra-cultura, e realizaram eles próprios o que gostariam de ver, principalmente em termos de zines (revistas feitas por não-profissionais, geralmente com poucas tiragens e distribuída gratuitamente, com conteúdo variado). Foi uma ação menos política, tendo mais relação com o contexto cultural e indo contra os interesses da mídia vigente, procurando a liberdade de expressão mesmo se fossem criticados pelo amadorismo. É disso que Nara fala quando diz *never forget you beginner's spirit*, esse ímpeto em se rebelar e querer fazer o diferente, uma sensação que vem de dentro e não está preocupada em ser particularmente perfeita ou redondinha, contrastando com o ideal *kawaii* de ser almejado e por vezes meticulosamente pensado e trabalhado na indústria do entretenimento.

Nas redes sociais de Nara, é possível ver seu processo criativo, ao criar uma obra enquanto ouve música. Similar a Paul Klee, que seguia as formas que pintava sem uma intenção específica (GOMBRICH, 2012). Assim, a expressividade e o gesto do artista se encontram nos desenhos, que fazem uso não de medidas típicas do Período Edo, mas de suportes do cotidiano: convites para exposições, envelopes e até guardanapos. Coisas simples que viram fundos para seus pensamentos visuais, não raro incompletos ou rabiscados, remetendo ao conceito do *wabi-sabi*, do incompleto e do imperfeito.

Ao falar das garatujas do século XVIII, Gombrich (2012) diz que a atividade artística se deve à “extrema vontade de criar”, e que mesmo Leonardo Da Vinci rabiscava suas margens. Em seu *Trattato*, Da Vinci afirma que o artista deveria evitar uma finalização “para não impedir o fluxo de sua imaginação” e que o imperfeito era um estímulo da mente.

Para Azuma (STEINBERG, 2004), a influência cultural americana foi essencial para a reconfiguração do Japão pós-moderno. Para ele, entre o período Edo e a atualidade, existe os Estados Unidos, que tanto Takashi Murakami quanto outros teóricos tentam negar em busca de uma essência japonesa. Isso pode lembrar o que Robert Kudielka cita (2013), a palavra *dochakuka*, derivada de *dochaku*, algo similar ao termo glocalização, de transformar nativo aquilo que lhe é estranho. A negação surge a partir da bolha econômica dos anos 1980 e do desejo de se limpar das cicatrizes das bombas nucleares. Desse jeito, o período Edo é um período fantasiado e imaginado como um Japão que existia antes dos Estados Unidos. Azuma diz que “a invasão dos Estados Unidos é a invasão do pós-moderno”.

Segundo Nara, não é mais possível classificar a produção de arte por regiões:

Quando eu era estudante no Japão, tive aulas de História da Arte Ocidental, mas agora sinto que essa classificação por região é basicamente irrelevante, exceto em casos de costumes sociais... Então, para mim, as Histórias da Arte Ocidental e Oriental não são mais do que vestígios do passado. Nós provavelmente precisamos de outro nome para o que está acontecendo no mundo. (STEINBERG, 2004; tradução nossa¹¹)

Especialmente ao levarmos em consideração o fato de ter estudado na Alemanha dos anos 1980 aos 1990, quando teve contato com o neoexpressionismo dos *Neue Wilden* (novos selvagens, em alemão) e o retorno à figuração: a volta da pintura, do uso das cores, que ia contra a intelectualização da arte conceitual.

Dessa forma, sua arte faz parte de um grupo que Midori Matsui (CHIU, 2010) chama de *bricoleurs* de detalhes pessoais. A palavra faz referência a Derrida, e indica a falta de planejamento. Matsui diz que são artistas que reúnem fragmentos de memórias da infância, imagens da cultura pop, música com a qual eles cresceram, e anedotas do cotidiano com o objetivo de construir “uma totalidade emocional ou ficção pessoal”. É uma arte pessoal, suscitando a emoção e imaginação de seus contemporâneos, pois passaram pelas mesmas incertezas sociais e culturais.

O próprio artista já afirmou que suas influências partem muito mais do que vivenciou e consumiu quando criança – livros tais como os de Hans Christian Andersen, *A casinha* de Virginia Lee Burton e também as fábulas de Esopo, além de livros ilustrados alemães, do que propriamente mangás e animês. Ao dizer isso, Nara cria sua própria versão a partir de seus afetos e procura se distanciar da narrativa histórica da arte japonesa, diferente de Takashi Murakami e do movimento Superflat, que buscam e problematizam essa noção identitária de signos visuais nipônicos.

Eu lembro de muitos livros ilustrados e discos de música que eu devorei quando era mais novo. Nasci e cresci em uma área rural em Aomori. Eu não tinha muita oportunidade de ver obras de arte “de verdade”... Então, as imagens que eu gostava mais eram ilustrações dos livros. (FURUKAWA, tradução nossa¹²)

¹¹ “While a student in Japan I studied Western Art History, but I feel now that classification by region is basically irrelevant except in respect to living customs... So for me, Western and Eastern Art Histories are no more than relics of the past. We probably need some other name for what is now ongoing in the world.”

¹² “I remember a lot of the picture books and music records I devoured in my youth. I was born and grew up in a rural area in Aomori. I didn't have much opportunity to see 'real' works of art.... So the visual images I enjoyed the most were picture books”. Disponível em: <<https://www.asymptotejournal.com/interview/an-interview-with-yoshitomo-nara/>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

Suas intervenções em gravuras *ukiyo-ê*, como em *Slash with a knife*, refletem uma ruptura com o passado, em especial com o Período Edo. A famosa gravura *A grande onda de Kanagawa*, da série *Trinta e seis vistas do Monte Fuji* de Hokusai, é reconfigurada, virada para a vertical, e Nara transforma sua perspectiva de *meisho-ê* em um plano, com a figura de sua intervenção destacada. Ele “apaga” a gravura com tinta branca e o Monte Fuji desaparece, ao mesmo tempo em que a onda forma o cabelo da figura, que segura uma faca, motivo presente em outras obras do artista, com os dizeres “*Slash with a knife*”. Com essas intervenções, Nara não apenas reconfigura a gravura, mas também o próprio Período Edo.



Figura 12. Yoshitomo Nara, *Slash with a knife (in the floating world)* (1999).

As figuras de Nara frequentemente são meninas, ou então animais domésticos, como gatos ou cachorros, fazendo uma conexão com o *kawaii* tradicional da cultura *shōjo*, ao mesmo tempo em que a quebra. Tanto as meninas, que seguram facas ou fumam mesmo sendo crianças, quanto os animais possuem uma subversão inesperada e que escapam ao *kawaii*, que busca o agradável e inofensivo. Laura Miller, ao falar das subculturas *ganguro*, uma tendência que surgiu nos anos 1990 onde garotas que se bronzeiam, maquiam e pintam os cabelos de loiro, e *kogyaru*, meninas que se vestem com roupas similares a uniformes de colegial, mas com saias mais curtas, diz que esses atos “não estão conectados a políticas radicais, mas em vez disso são formas de expressar resistência e rebelião” (BORGREEN, 2011).



Figura 13. Yoshitomo Nara, *Slash! with a knife* (1997).

São meninas que retratam um tipo de infância universal, “que não pode ser recuperada por nações ou culturas”, segundo Steinberg (2004). Ao mesmo tempo, o artista diz que sua produção não é apreciada por tratar de temas japoneses ou ocidentais, mas que há algo além que é fundamental – segundo ele, é o modo de expressar as emoções, de tristeza e de raiva.

As crianças de Nara remetem a uma quebra com o *Kindchenschema*, o esquema infantil proposto por Konrad Lorenz (DALE, 2016). O esquema consistia em analisar fisicamente as crianças e os animais e relacionar suas características em comum: o corpo pequeno, braços curtos, olhos e cabeça grandes – o que define *kawaii*. Lorenz considerava que essas eram características universais e reconhecidas até mesmo entre espécies e que suscitavam uma resposta ao outro indivíduo – uma resposta afetiva, de redução de agressividade e que estimulava a cuidar e proteger o bebê ou o animal.

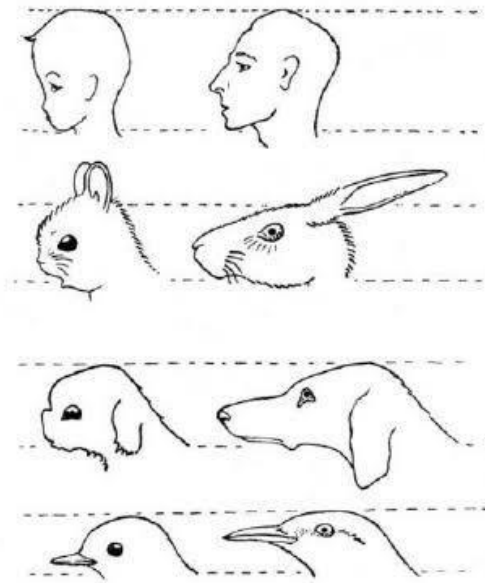


Figura 14. O esquema infantil de Konrad Lorenz.

Isso se dá pelas meninas de Nara frequentemente terem proporções não apenas deformadas, sem seguir um padrão humano, sendo deliberadamente cartunescas, mas por seu traço – principalmente em seus desenhos, os olhos, por exemplo, são feitos quase na diagonal, sugerindo julgamento, raiva e rebeldia. Gombrich (2012), ao falar dos homenzinhos desproporcionais das garatujas, afirma que seu resultado não interfere no desenho, que “mesmo que a aparência deles nos surpreenda (...), provam ter personalidade e fisionomia próprias”.

Alguns artistas do século XIX tentaram teorizar a questão da expressão humana, como é o caso de Humbert de Superville, teórico da arte e pintor holandês, que fez um esquema para os sentimentos de alegria, raiva e tristeza, respectivamente (KATO, 2014). Com apenas linhas, Superville demonstrou que era possível criar expressões sem os músculos do rosto, dependendo de como se portavam, dos ângulos e de suas direções. Junto com o teórico francês Charles Blanc, teve uma importante influência sobre os neo-impressionistas, e teve grande impacto na abstração que surgiria no século seguinte. Sem qualquer toque de realismo, linhas universais se transformam em olhos, narizes e bocas, em expressões diferentes que modificam o sentido do desenho.

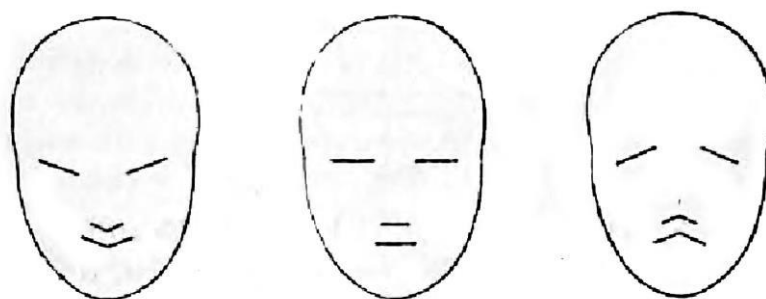


Figura 15. Humbert de Superville, *Desenhos do rosto humano* (1827).

Gombrich (2012) remonta a ideia de um estudo da fisionomia até o início do século XIX, com Rodolphe Töpffer (1799-1846), que escreveu teses sobre expressões faciais. O autor continua, dizendo que “qualquer rosto que rascunhemos, não importa o quão primitivo ou distorcido, irá nos surpreender comom uma ‘criação’, um ser individual, o habitante em potencial de um mundo imaginário”.

The little star dweller, de 2006, é uma pintura diferente de sua produção de desenhos, menos expressiva e mais reflexiva. É um retrato de uma criança de olhos fechados, com estrelas sobre si: é uma obra que ao mesmo tempo em que é acessível, supõe ideias doces e ainda assim introspectivas; ela é *kawaii*, mas ainda ameaçadora. Seu título é o mesmo da autobiografia do artista, lançada em 2004, que cobre sua infância no norte do Japão. Essa infância pode ser projetada na pintura, aberta, que deixa que o espectador se identifique e coloque a si mesmo na tela. A criança se assemelha a uma figura angelical, sem ser explicitamente uma menina, trazendo à superfície questões existenciais da infância, como sua estranheza.



Figura 16. Yoshitomo Nara, *The little star dweller* (2006) e *Wounded* (2014).

Outra obra importante para a compreensão da produção de Yoshitomo Nara é *Wounded*, de 2014. Profundamente afetado pelo terremoto de Tohoku e consequente tragédia nuclear, em 2011 (considerado o maior desastre a ocorrer no Japão desde a Segunda Guerra Mundial, com magnitude 9.0, causando um tsunami e o eventual acidente nuclear de Fukushima), o artista confessou em entrevistas que não conseguiu criar por um longo tempo. *Wounded* reflete os efeitos desse desastre e as tentativas do Japão para se recuperar. A obra une seu traço menos estilizado do que em *The little star dweller*, se aproximando mais aos desenhos, e apresenta uma criança com um curativo sobre o olho. Ela parece entediada, ou até mesmo triste, a boca em linha reta e o outro olho, aparente, não apresenta nenhuma atitude rebelde ou desafiadora: é um kawaii que se apresenta pelo conteúdo, o machucado, a criança indefesa, e por suas cores claras.

Outras pinturas, como *Black Eyed* (2014) e *Midnight Silence* (2014) continuam a série de obras pós-terremoto, com o uso de cores diferentes e efeitos gradientes nas telas. As obras demonstram o dano causado pela tragédia, tanto física quanto psicologicamente, mas também apontam para um processo de cura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monografia procurou explicar de forma concisa o que é o conceito do *kawaii* e suas origens, ainda que se possa fazer de diferentes formas, sendo possível encontrar, com olhos do século XXI, suas características formais mesmo nas peças *haniwa*, esculturas de terra-cota do Período Kofun (3 a.C. – 6 d.C.). É possível reconhecê-lo nas artes, na moda, em mercadorias e até em estratégias diplomáticas, como a promoção de três jovens moças a embaixadoras da cultura nacional pelo governo japonês. Dessa forma, os produtos antes “sem pátria” do Japão se reformulam e ganham uma face nipônica.

O trabalho apresentado buscou apresentar como a obra de Yoshitomo Nara se relaciona com o *kawaii* ao mesmo tempo em que é subversiva. Suas meninas de cabeça grande, olhos acusatórios e sozinhas, frequentemente realizando atos como fumar ou segurar facas, é um ato de expressão e rebeldia. Sua pintura, por outro lado, tem como objetivo suscitar no espectador um olhar agridoce à própria infância – ou até mesmo do lugar em que estão. Por ter sido uma criança solitária, ouvindo a discos de música americana, às mudanças da sociedade japonesa durante o pós-guerra, é possível encontrar detalhes que escapam a artistas como Takashi Murakami e outros do movimento Superflat.

Diferentemente de Murakami, por exemplo, que se utiliza do *kawaii* e de parcerias com marcas famosas para questionar a estética japonesa, a mercadoria, e a sociedade saturada com a mídia pop, Nara opta por uma arte mais expressiva, com uso de materiais do cotidiano, aproximando da cultura punk *do it yourself*. Suas obras partem de uma representação da juventude japonesa da década de 1990, após a bolha econômica, evocando sensações de vulnerabilidade, incerteza sobre o futuro e a busca da preservação de uma criança interior. A hibridização entre Japão e Alemanha e as idas e vindas da cultura pop pelo mundo pós-Segunda Guerra Mundial influenciaram o *kawaii* e Nara, dando lugar a uma arte transnacional.

Sendo um conceito japonês, porém aplicado à mercadoria, é necessário estudar o *kawaii* em diferentes partes do mundo, pois a mercadoria viaja e seus significados se transformam de acordo com a fronteira. Como em Benjamin, ela busca a mãe correta e invade as casas das pessoas.

Além da dimensão expressiva, observa-se na obra de Nara uma dimensão afetiva, por tratar de temas que são sentidos, mas poucas vezes expressados na arte, e inundando o cotidiano por estar presente em outros meios, como capas de disco, ao que se associam com o som, e capas de livros, onde se associa com o texto. Ambas as experiências, de ouvir e de ler, são marcadas pela visualidade de sua obra. Assim, ao associar-se primariamente ao “público comum, e não à validação dos críticos”, Nara se aproxima de uma rebeldia contra a tradição e o *establishment* artístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLISON, Anne. *The cultural politics of Pokemon capitalism*. In: *Media in Transition*, v. 2, p. 178-200, 2002.
- AZUMA, Hiroki. *Otaku: Japan's Database Animals*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.
- BASTOS, Angélica Barroso. *Direitos humanos das crianças e adolescentes: as contribuições do Estatuto da Criança e do Adolescente para a efetivação dos direitos humanos infantojuvenis*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Direito, 2012.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BORGGREEN, Gunhild. Cute and cool in contemporary Japanese visual arts. In: *Copenhagen Journal of Asian Studies*, v. 29, no. 1, 2011, p. 39-60.
- BRYCE, Mio. *Cuteness needed: the new language/communication device in a global society*. In: *International Journal of Humanities*, v. 2, no. 3, 2006.
- BUSTAMANTE, Isabella. *Yoshitomo Nara and child as hero*. In: *The Fordham Undergraduate Research Journal*, vol. 3, 2013, p. 22–28.
- CESNIK, Fabio de Sá; BELTRAMI, Priscila Akemi. *Globalização da cultura*. Barueri: Manole, 2005.
- DALE, Joshua Paul; GOGGIN, Joyce; LEYDA, Julia; McINTYRE, Anthony P.; NEGRA, Diane. (ed.). *The aesthetics and affects of cuteness*. Londres: Routledge, 2016.
- GOMBRICH, E. H. *Os usos das imagens: estudos sobre a função social da arte e da comunicação visual*. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- HENSHALL, Kenneth. *História do Japão*. 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2005.
- IVY, Marilyn. The art of cute little things: Nara Yoshitomo's parapolitics. In: LUNNING, Frenchy (ed.). *Mechademia: Fanthropologies*, Minneapolis: University of Minnesota Press, v. 5, 2010, p. 3-29.

IWABUCHI, K. *How Japanese Is Pokémon? Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon*. J. Tobin. Londres: Duke University, 2004.

KATO, Matsue. *Drawing as signs of emotion*. In: Yoshitomo Nara: drawings 1984-2013. Los Angeles: Blum & Poe, 2014.

KUDIELKA, Robert. *Arte do mundo ou arte de todo o mundo?*. In: Revista Novos Estudos CEBRAP, no. 67, nov. 2003; pp. 131-142.

LIFTON, Robert Jay. *Youth and History: Individual Change in Postwar Japan*. Daedalus Vol. 91, No. 1, Youth: Change and Challenge, 1962.

MORAES, Wenceslau de. *O culto do chá*. Typographia do "Kobe Herald", Kobe, 1905.

NGAI, Sianne. *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting*. Cambridge: Harvard University Press, 2012.

NYE, Joseph S. *Soft Power*. Nova York: Public Affairs, 2004.

OKANO, Michiko. *A estética kawaii – origem e diálogo*. In: Anais do Encontro Internacional de Pesquisadores em Arte Oriental: Oriente-se: Ampliando fronteiras. São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: UNIFESP, 2014.

SHÔNAGON, Sei. *O livro do travesseiro*. Trad. Geny Wakisaka, Junko Oda, Lika Hashimoto, Luiza Nana Yoshida e Madalena Hashimoto Cordaro. São Paulo: Editora 34, 2013.

SOUSA, Ana Matilde Diogo de. *Sobre o conceito de kawaii na produção artística contemporânea japonesa (um roteiro)*. Dissertação (Mestrado em Pintura). 2011.

SOUZA, Marco. *Girl power: a figura feminina e os filmes de Pinku violência*. In: GREINER, Christine; SOUZA, Marco. (Org.). *Imagens do Japão: experiências e invenções*, vol.2. São Paulo: Editora Annablume, 2012.

STEINBERG, Marc. *Otaku consumption, superflat art and the return to Edo*. In: Japan Forum. Novembro, v. 16, ed. 3, 2004.

TEZUKA, Miwako; CHIU, Melissa. *Yoshitomo Nara: nobody's fool*. New York: Asia Society, 2010.

YANG, Tian. *The Art for One and for All: Yoshitomo Nara's Construction of Emotional Community*. In: Bowdoin Journal of Art, Estados Unidos, 2019.