

GROSS NATIONAL COOL: A RELAÇÃO ENTRE INVESTIMENTO EM DIPLOMACIA CULTURAL E ECONOMIA NO JAPÃO

Ester Almeida Carneiro da Cunha*

Resumo: Estratégias culturais têm sido implementadas pelo governo japonês com o objetivo de fortalecer o relacionamento do Japão com outros países, em áreas de economia, cultura e diplomacia. Contudo, existem problemas em mobilizar o capital financeiro para investir em atividades culturais no exterior, uma vez que a população não consegue medir se tais esforços estão tendo efeitos na economia. O presente trabalho teve como objetivo entender, através de uma análise quantitativa, utilizando-se de uma regressão linear múltipla, se o investimento em diplomacia cultural tem efeitos benéficos na economia e, portanto, se vale o esforço do governo japonês em destinar recursos para tal. Para entender se existe essa relação entre investimento em diplomacia cultural e crescimento da economia, foi elaborado um modelo que contém variáveis relacionadas ao setor cultural do governo japonês, com o objetivo de obter dados reais sobre a relação dessas variáveis. Os resultados mostram que existe uma relação positiva entre o investimento no setor relacionado à diplomacia cultural no Japão e o crescimento econômico do país, isto é, que o investimento em diplomacia cultural afeta de maneira benéfica a economia.

Palavras-chave: Japão. Diplomacia Cultural. Economia.

Abstract: Cultural strategies have been implemented by the Japanese government with the aim of strengthening Japan's relationship with other countries, in areas such as economics, culture and diplomacy. However, there are problems in mobilizing financial capital to invest in cultural activities abroad, since the population cannot measure whether such efforts are influencing the economy. This paper aims to understand, through a quantitative analysis using multiple linear regression, whether investment in cultural diplomacy has beneficial effects on the economy and therefore whether it is worth the effort of the Japanese government to allocate resources for this. In order to understand whether there is this relationship between investment in cultural diplomacy and economic growth, a model containing variables related to the Japanese government's cultural sector was developed, with the objective of obtaining real data on the relationship between these variables. The results show that there is a positive relationship between investment in the sector related to cultural diplomacy in Japan and the country's economic growth, meaning that investment in cultural diplomacy beneficially affects the economy.

Keywords: Japan. Cultural Diplomacy. Economy.

Introdução

Em 2016, o total de vendas de produtos licenciados pela marca *Hello Kitty* estava estimado em cerca de US\$ 4.4 bilhões (FINANCIAL REVIEW, 2017). O *cartoon* da empresa

* Mestranda em Relações Internacionais pela Universidade de São Paulo. ester.almeida.cunha@gmail.com

Sanrio representa, junto com outras marcas como a Nintendo, Sega e *Shounen Jump*, a cultura pop japonesa que está sendo exportada aos bilhões pelo mundo, nos mais variados formatos.

Desde 2004, o governo japonês abraçou a ideia do *Cool Japan* oficialmente e colocou suas estratégias em prática. O *slogan* representa o conjunto de ações para a disseminação da cultura japonesa através de animes, mangás, filmes, músicas, artes plásticas e os mais diversos produtos culturais. Em 2013, foi criado um fundo de investimentos, o Fundo ‘*Cool Japan*’, que teve um investimento inicial de JPY 37,5 bilhões (um pouco mais de USD 435,5 milhões), dos quais JPY 30 bilhões (cerca de USD 348,4 milhões) vieram diretamente do governo japonês (GREEN, 2015).

No entanto, o investimento em diplomacia cultural no Japão não é recente. Segundo Otmazgin (2012), nos anos anteriores à Segunda Guerra Mundial e mesmo durante ela, a política cultural imperialista japonesa denegriu a imagem do país em relação aos seus vizinhos asiáticos. Já após a Guerra, o Japão preferiu uma estratégia de ação mais discreta, quase inexistente no que tange à diplomacia cultural, com medo de que crescesse o sentimento anti-japonês, principalmente na região do leste asiático. Nas últimas 5 décadas é que o governo japonês começou a desenvolver uma política diplomática cultural mais intensa, notando que havia boa recepção, principalmente por parte dos ocidentais, exportando tanto cultura tradicional, como, mais recentemente, a cultura pop.

Estratégias, como o “*Cool Japan*”, têm sido implementadas pelo governo japonês com o objetivo de fortalecer o relacionamento do Japão com outros países em áreas de economia, cultura e diplomacia (CABINET OFFICE, 2019). Contudo, de acordo com Ogoura (2009), existem problemas em mobilizar o capital financeiro para investir em atividades culturais no exterior, uma vez que o dinheiro vem dos contribuintes e os resultados de tal esforço tendem a ser intangíveis, ou seja, a população não consegue medir se tais esforços estão tendo efeitos na economia.

Existe o sentimento implícito de que qualquer programa cultural e de investimentos no exterior deve demonstrar benefícios imediatos que podem ser passados para os contribuintes; caso contrário, pode ocorrer a diminuição no investimento em cultura nos mais diversos países (OGOURA, 2009, p. 51). Assim, o presente trabalho tem como problemática entender qual a relação entre o investimento em diplomacia cultural pelo governo japonês e a economia daquele país. O objetivo é entender se o investimento em diplomacia cultural tem efeitos benéficos na economia e, portanto, se vale o esforço do governo japonês em destinar recursos para tal. Tem-

se em mente que a cultura pode ser um dos instrumentos de definição essencial na economia junto com outros aspectos como montagem de capital, aceitação de tecnologia e mercado de trabalho (VALIYEV, 2017, p. 71).

A escolha de um estudo com enfoque na região asiática se deve à marginalidade do assunto dentro da academia brasileira de Relações Internacionais. Em específico, a escolha sobre o Japão ocorreu devido à relevância política do país na região nordeste asiática (OLIVEIRA; MASIEIRO, 2005; PEREIRA, 2003) como pioneiro na exportação cultural e ao seu papel central no debate recente sobre a utilização de *soft power*. Alguns trabalhos brasileiros, como Khumthukthit (2010) e Belini (2019), abordam o tema da diplomacia cultural japonesa. Porém, ele também recebe pouca atenção da academia de Relações Internacionais, que prioriza os estudos com enfoque no *hard power*. Fazem-se, então, necessários estudos mais aprofundados que abordem essas temáticas.

Para responder à problemática que trata a respeito da relação entre diplomacia cultural e economia do Japão, o presente trabalho está dividido em 4 partes e esta introdução. Na primeira são analisados aspectos da diplomacia cultural japonesa através de uma abordagem histórica. Na segunda parte é analisada a relação entre economia e diplomacia cultural no Japão. Na terceira, são descritas as variáveis e analisados os resultados através de um modelo de regressão linear múltipla e, por fim, tem-se a conclusão sumarizando a discussão e os resultados. A hipótese é de que existe uma relação positiva entre o investimento no setor relacionado à diplomacia cultural no Japão e o crescimento econômico do país, isto é, que o investimento em diplomacia cultural afeta de maneira benéfica a economia.

Diplomacia cultural

A diplomacia cultural é uma ação política que utiliza meios culturais para melhorar a influência política de uma nação no meio internacional (OGOURA, 2009). Refere-se às estratégias de governo que visam à obtenção de *soft power*. São de amplo aspecto, podendo adquirir os mais diversos formatos, como: exportação de animações, filmes, música, culinária

e roupas, entre outros produtos culturais. Em documentos japoneses o termo costuma ser intercambiado por diplomacia pública, diplomacia cidadã e diplomacia de relações públicas¹.

Nas últimas duas décadas, estudos têm apontado para as diferenças teóricas e práticas entre a diplomacia cultural e a diplomacia pública. Para Khumthumthit (2010, p. 15) a diplomacia cultural pode ser considerada como um subconjunto da diplomacia pública, sendo que a primeira é instrumento decisivo dentro do escopo das ações da última, com o objetivo de criar e representar a imagem de determinado país. Em contrapartida, Belini (2019) opta por distinguir os dois termos, apontando diferenças em seus objetivos: enquanto a diplomacia pública tem uma perspectiva de curto prazo e atenta para a formação de uma boa imagem do país internacionalmente, a diplomacia cultural tem perspectiva de longo prazo e foca na construção e representação da identidade do país internacionalmente.

Para fins deste trabalho, o conceito utilizado será o de diplomacia cultural, seguindo a definição de Otmazgin (2012, p. 40):

Diplomacia cultural pode ser definida como um amplo espectro de iniciativas culturais, programas e discursos designados para promover a cultura, tradição, língua ou arte de um país. Seu propósito principal é ser recebido e entendido pelo maior número de países estrangeiros e convencer os mesmos a mudar ou melhorar a visão que eles têm daquele determinado país.

Japão e a diplomacia cultural

O conceito de *soft power* foi cunhado por Joseph Nye nos anos 1990. Diz respeito à habilidade de um país de moldar as preferências de outros, de atraí-los e influenciá-los sem recorrer à força ou a outros meios coercitivos (NYE, 2004, p. 5-6). O conceito tem exercido grande influência na formulação da política externa japonesa nas últimas décadas. De acordo com Ogoura (2009), apesar dos cuidados que devem ser tomados com a noção do *soft power* como instrumento político, ele se tornou uma peça chave para os setores do governo japonês que argumentam por uma política diplomática cultural mais agressiva. Segundo Otmazgin

¹ Segundo o *Bluebook* do MOFA de 2005, diplomacia pública se refere a uma abordagem que não depende de diplomacia tradicional entre os governos, mas, em vez disso, pede a cooperação do setor privado para alcançar diretamente as pessoas e a opinião pública dos países estrangeiros. Também é frequentemente referida como "diplomacia cidadã" ou "diplomacia de relações públicas", mas ainda não há tradução definitiva em japonês. Pode ser descrita como a utilização de canais de comunicação com o objetivo de influenciar o público estrangeiro e, como consequência, seus governos.

(2012), além do forte interesse econômico por trás da exportação da cultura, existe, também, no Japão, grande apelo doméstico para que o governo saiba utilizar melhor seus recursos culturais de maneira a contribuir com ganhos diplomáticos e com ganhos econômicos.

Nos anos 1960 e 1970, de acordo com Otmazgin (2012), o Japão iniciou uma política mais positiva, ao contrário da anterior, mais reativa, com o objetivo de mudar sua imagem militar, focando no novo *status* do país como membro responsável da comunidade internacional. Uma das oportunidades que o Japão aproveitou para renovar sua imagem frente ao âmbito internacional foi a de sediar as Olimpíadas de 1964 em Tóquio.

Nos anos 1970, após aumento do sentimento anti-japonês na região asiática, o governo do Japão enfatizou a necessidade de melhorar suas relações com os países vizinhos e amenizar tais sentimentos através de diplomacia cultural. Em 1972, foi fundada a *Japan Foundation* como parte da doutrina Fukuda². Como uma organização extra departamental do MOFA (*Ministry of Foreign Affairs*), tinha como objetivo melhorar e organizar a apresentação da imagem internacional do Japão para outros países (IWABUCHI, 2015). Ela se tornou a única instituição do país a se dedicar exclusivamente à diplomacia cultural, sendo organizada de maneira especial para servir como complemento a todos os outros ministérios e departamentos governamentais que pretendem atuar na área (OTMAZGIN, 2012).

Em 1980, as atribuições do Japão como país atuante na arena internacional aumentaram. Junto com contribuições para operações de paz e políticas de ajuda financeira e para o desenvolvimento, a diplomacia cultural formava o tripé da política externa japonesa, marcando uma nova fase ainda com os princípios de melhorar as relações com os países do Leste Asiático. A maior diferença deste período foi o foco nos programas de intercâmbios, ressaltando trocas acadêmicas e linguísticas, como o programa JET (*Japan Exchange and Teaching Programme*), criado em 1987, e que tem como objetivo aumentar a compreensão mútua entre o povo do Japão e outras nações através do ensino de outras línguas, por estrangeiros, em comunidades japonesas e do ensino da língua japonesa em outros países³.

² A doutrina foi estabelecida enquanto Takeo Fukuda foi Ministro de Relações Exteriores no Japão, entre 1971 e 1973, depois tomou forma mais robusta quando ele foi Primeiro Ministro, entre 1976 e 1978. Ela preconizava maior contato do Japão com os países do Leste Asiático, formação de laços de amizade e confiança, estimulando a paz e a prosperidade de modo a superar ou redimir o passado imperialista naquela região. Mais informações: Sogari, Mário Augusto Brudna. "A política externa do Japão no século XXI: rumo a uma nova doutrina diplomática?" (2012).

³ Disponível em: <http://jetprogramme.org/en/history/>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

Na década de 1990, de acordo com Iwabuchi (2015), ocorre uma transformação na estratégia da diplomacia cultural do Japão. Após quase três décadas focando na política cultural, o país se tornou conhecido como uma potência cultural, devido aos seus produtos e indústrias focadas neste propósito. Devido à globalização, o país teve que se readaptar, isso significava que “ao invés de enfatizar aspectos exóticos da cultura japonesa, o Japão teve que se apresentar como um pioneiro da cultura pós-moderna” (OGOURA, 2009, p. 50), ou seja, a mídia e todos os seus recursos, como novelas, mangás e animes, além das músicas e filmes começaram a se tornar ainda mais importantes. A intenção foi apresentar o Japão como um país moderno e tecnológico, demonstrando flexibilidade com a combinação do velho e do novo.

Até esse momento se percebe que o Japão diversificou os seus métodos e objetivos de disseminação cultural. Inicialmente, nos anos 1970, tinha o foco na melhoria das relações com os outros países do Leste Asiático, com o objetivo de amenizar a visão imperialista que ele possuía, através de acordos, com o intuito de fortalecer os laços de confiança e amizade. Depois, nos anos 1980, a diplomacia cultural foi um dos instrumentos utilizados pelo governo, junto com as operações de paz e ajuda financeira, com o objetivo de se destacar no âmbito internacional. Naquele momento, os intercâmbios de pessoas e conhecimento foram os métodos utilizados. Nos anos 1990, os métodos e objetivos de disseminação cultural sofreram nova modificação. O foco foi destacar a modernidade, sem perder traços do ‘tradicional’, com o objetivo de renovar a imagem do Japão internacionalmente através do reconhecimento de aspectos tradicionais e modernos do país que poderiam ser exportados em forma de produtos culturais.

Nos anos 2000, o ‘*Cool Japan*’ e, conseqüentemente, o desenvolvimento de uma diplomacia cultural ‘pop’ – ou moderna – teve evolução devido aos mais diferentes discursos dentro e fora do governo japonês sobre a utilização do *soft power* e do *national branding* (OTMAZGIN, 2012). Em 2004, o termo ‘diplomacia pública’, que se refere à diplomacia cultural, foi utilizado pela primeira vez no livro diplomático japonês, o *Bluebook*:

O propósito de relações públicas no exterior e de intercâmbios culturais é de melhorar o entendimento e a confiança no Japão entre as pessoas dos outros países [] Em particular, dado o fato de que muitas organizações e indivíduos que não o governo se envolveram com a diplomacia de várias maneiras devido ao recente progresso da globalização, há uma necessidade maior do governo de explicar os esforços diplomáticos [] Tradicionalmente, a diplomacia tem enfatizado o *hard power*, como a força militar ou o poder econômico, o que pode levar a mudanças políticas em outro país. No entanto, tem havido um crescente reconhecimento nos últimos anos de que o *soft power*, ou a capacidade de atrair outro país através da promoção da atração de

valores tradicionais ou cultura, pode melhorar a imagem do país, aumentar seus recursos diplomáticos e levar à segurança nacional em um contexto mais amplo (JAPANESE DIPLOMATIC BLUEBOOK, 2004, tradução nossa).

Em 2005, o governo japonês lançou a proposta ‘*Japan’s 21st Century Vision*’, um relatório que indicava os principais problemas que o governo japonês estava enfrentando, como estagnação econômica e incapacidade de acompanhar outros países no processo de globalização, e indicava, como saída para tal situação, o investimento em indústrias criativas e tecnologia para manter e melhorar sua posição global (Relatório sobre o *Japan’s 21st Century Vision*, 2005). Segundo Otmazgin (2012, p. 51), essa ação demonstra uma “relativa conexão entre o Estado e as indústrias culturais, onde cultura e produtos culturais são valorizados por seus valores econômicos e diplomáticos”, ilustrando a relação complexa entre investimento em cultura e o crescimento econômico.

No ano seguinte, em 2006, o MOFA lançou oficialmente a diplomacia cultural pop, com o objetivo de aprofundar o entendimento e a confiança no Japão (MOFA, 2019). Assim, a diplomacia cultural foi incorporada ao discurso político japonês em relação às ações de política externa, porém ainda de modo abstrato e pouco prático. Apesar de o *Cool Japan* ser utilizado para caracterizar basicamente todas as ações que têm como fim promover a diplomacia cultural, não existe ainda um único ministério responsável por todas estas ações. A política em si ainda não é implementada de maneira coerente e uniforme, sendo dividida pelos mais diversos ministérios como o MOFA e o METI (*Ministry of Economy, Trade and Industry*). Ocorre, assim, muita disputa interna por recursos e poder político dentro do governo japonês.

Por fim, em 2013, foi lançado o Fundo *Cool Japan*, com cerca de JPY 30 bilhões de investimentos do governo (cerca de USD 348,4 milhões) e JPY 7 bilhões (por volta de USD 81,3 milhões) de 15 empresas privadas (GREEN, 2015). Vale ressaltar, também, a criação em 2017 pelo governo japonês, da *Japan House*, em três cidades pelo mundo: São Paulo, Londres e Los Angeles. Seu objetivo é ser um ponto de difusão de todos os elementos da cultura japonesa no ambiente internacional⁴.

Em resumo, percebe-se, com o histórico das ações voltadas para a diplomacia cultural do Japão, que não existe centralização das ações em um único órgão que atue para esse fim, nem sincronia entre os diversos ministérios atualmente responsáveis pela diplomacia cultural.

⁴ Japan House. Institucional. Disponível em: <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/what/index.html>. Acesso em: 07 de julho de 2019.

O orçamento público é diluído através da distribuição a variados atores governamentais e as ações são executadas de forma desorganizada, produzindo políticas descoordenadas. Com este breve histórico, nota-se que o governo parece não possuir uma estratégia linear de execução do *Cool Japan*, sendo influenciado por acontecimentos diplomáticos, econômicos e, até mesmo, a opinião pública doméstica.

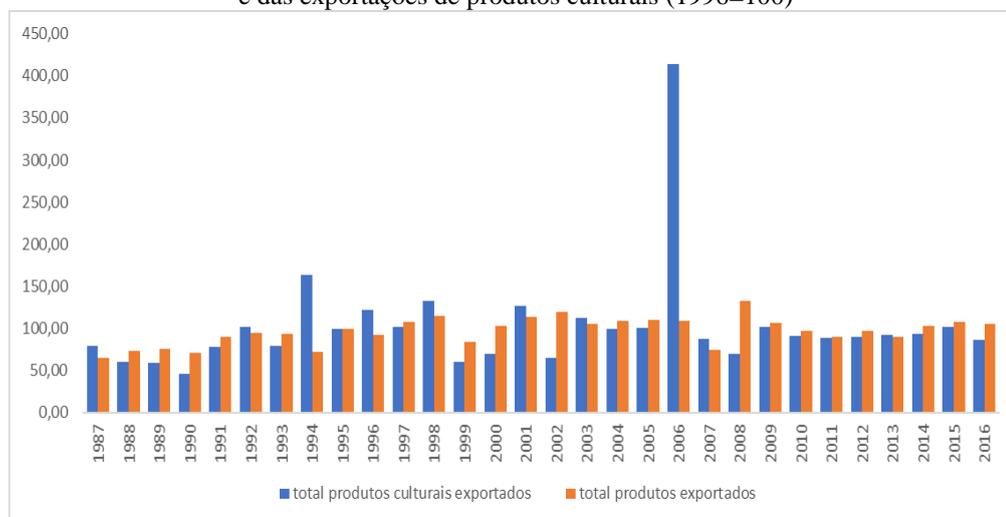
Cultura e Economia

O termo “*National Gross Cool*”, cunhado por McGray (2002), ilustra a relação entre diplomacia cultural e economia, no sentido de que produtos e estratégias culturais no Japão estavam servindo como meio para crescimento do produto interno bruto do país. Ao longo das crises que o Japão enfrentou nas últimas décadas, com destaque para as dos anos 1987 e dos anos 2008 e 2009, a solução tem sido apostar no mercado de produtos culturais, nas indústrias criativas e em programas que melhorem a imagem do país como um meio de auxiliar no fluxo de pessoas e de mercadorias naquele país, objetivando melhora na situação econômica:

Em vez de desabar sob seus infortúnios políticos e econômicos, a influência cultural global do Japão cresceu apenas. De fato, da música pop à eletrônica de consumo, da arquitetura à moda e da comida à arte, o Japão tem uma influência cultural muito maior agora do que na década de 1980, quando era uma superpotência econômica. (MCGRAY, 2002, p. 46).

Assim, durante a queda de sua produção doméstica, a opção adotada pelo governo foi a de estimular o crescimento da indústria criativa e da exportação de produtos culturais para todo o mundo, sendo considerada, então, não apenas uma ferramenta de *soft power*, mas uma política econômica. Desde meados da década de 1990, a indústria criativa tem sido a propulsora das exportações do país e força para o crescimento da economia, como ilustra a figura 1 (GREEN, 2005), logo abaixo. Essas indústrias, além de importantes na geração de renda, são responsáveis por grande parte do número de empregos (VALIYEV, 2017). A intenção dos políticos com o *Cool Japan* é fazer com as indústrias culturais o que o METI fez pelas indústrias pesadas depois da Segunda Guerra.

Figura 1: Comparação entre a taxa de crescimento das exportações totais e das exportações de produtos culturais (1996=100)



Fonte: dados obtidos no *UN ComTrade*. Elaboração da autora.

Segundo McGray (2002), o Japão se tornou um dos poucos países de globalização perfeita, o que significa que ele é capaz de obter sucesso em equilibrar sua cultura doméstica e a exportação dela, sem perder suas características primordiais, nem causar preocupações em meio à maioria de sua população. Assim, o país foi capaz de utilizá-la como uma força que incentiva seu comércio internacional. O Japão foi capaz de criar um verdadeiro produto interno bruto baseado em exportação cultural. O discurso político tem sido voltado para a criação da imagem de um Japão *cool* e para isso o governo tem investido bilhões de yens, advindos dos impostos dos cidadãos (GREEN, 2005).

Para entender se existe essa relação entre investimento em diplomacia cultural e crescimento da economia, foi elaborado um modelo que contém variáveis relacionadas ao setor cultural do governo japonês, com o objetivo de obter dados reais sobre a relação dessas variáveis.

Variáveis analisadas

Como ilustrado ao longo do trabalho, o investimento em estratégias de diplomacia cultural no Japão teve, em alguns momentos, a influência da situação econômica do país que se encontrou por vezes estagnada ou em crise. O presente trabalho está interessado em confirmar a relação entre o crescimento da economia e estratégias voltadas para o desenvolvimento da

diplomacia cultural. Para tanto, tem-se como variável dependente o PIB japonês (em dólares constantes, 2010) durante os anos 1987 até 2018. Vale ressaltar que o PIB é apenas um indicador síntese da economia e não revela a situação da população, mas para fins de ilustração sobre a situação econômica de um país ele serve como uma boa base de medida do nível de riqueza e situação econômica.

Uma das variáveis explicativas utilizadas no modelo é o orçamento destinado à *Japan Foundation* (JF) em milhões de yens. A Fundação tem sido responsável por um número considerável de programas relacionados à cultura japonesa ao redor do mundo. Hoje, a *Japan Foundation* apoia programas acadêmicos, culturais, linguísticos e de intercâmbio, além de programas de apoio às artes, como: filmes, programas de TV, desenhos e atividades típicas da cultura japonesa (OTMAZGIN, 2012).

Ela se tornou a única instituição do país a se dedicar exclusivamente à diplomacia cultural, sendo organizada de maneira especial para servir como complemento a todos os outros ministérios e departamentos governamentais que pretendem atuar na área. Antes, era uma subsidiária do MOFA, mas desde 2003 se tornou uma agência administrativamente independente. Em termos de orçamento, entretanto, ainda recebe cerca de 50% dos seus recursos através do Departamento de Diplomacia Pública do MOFA (WATANABE; MCCONNELL, 2008), de tal modo que, por mais que as ideias e recursos sejam distribuídos e organizados pelo governo japonês para os mais diversos atores, a *Japan Foundation* se torna um dos canais principais pelo qual estratégias da diplomacia cultural japonesa são realizadas.

Além do escritório em Tóquio, a *Japan Foundation* possui 22 escritórios espalhados em 21 países, como também 2 institutos de língua japonesa no Japão e um escritório em Kyoto. A Fundação acredita que desse modo consegue ser ativa em todas as regiões do mundo. A *Japan Foundation* também trabalha com consulados, embaixadas, institutos de língua japonesa ao redor do mundo e organizações que prestem serviços de intercâmbio cultural para expandir suas atividades para nível global (JAPAN FOUNDATION, 2015).

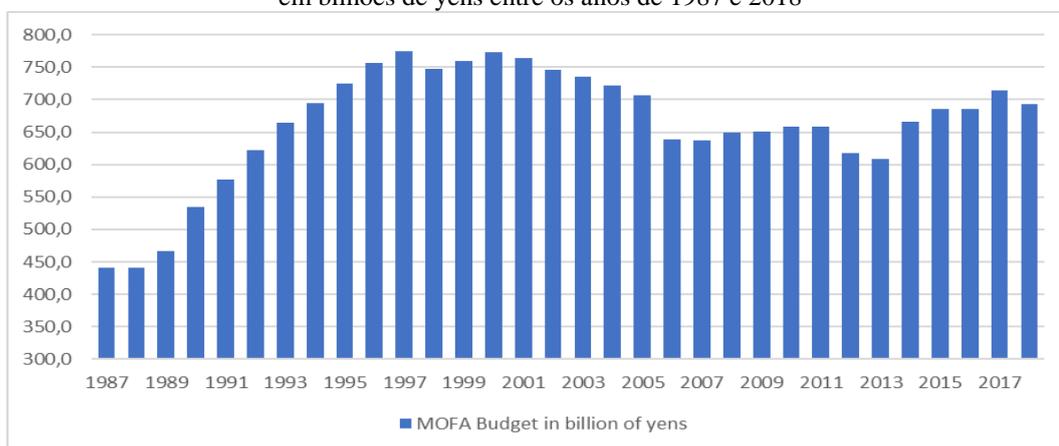
Outra variável incluída no modelo é o total do orçamento do governo japonês destinado ao MOFA. Tal variável é importante, pois, por mais que a *Japan Foundation* seja, desde 2003, administrativamente independente para implementar suas estratégias de diplomacia cultural, o MOFA continua como “principal planejador estratégico, ator e promotor da diplomacia cultural do Japão” (WATANABE; MCCONNELL, 2008, p. 225). Isto é, a JF é uma agência exclusiva para tratar da diplomacia cultural japonesa, mas ela não é a única agência a gerenciar estratégias

de diplomacia cultural no governo japonês. Como apontado anteriormente, o orçamento japonês para a diplomacia cultural ainda é diluído entre algumas organizações.

Além do orçamento do MOFA, é adicionada uma variável referente ao número de funcionários japoneses contratados para trabalhar nas embaixadas e consulados ao redor do mundo. Cada uma dessas missões é responsável por chefiar a diplomacia cultural naquele determinado país ou território e os funcionários são encarregados de lidar com os assuntos culturais. Em alguns casos, pode existir até mesmo um Centro Japonês de Cultura e Informação, dentro das próprias embaixadas, responsável quase que exclusivamente pelos programas culturais. De todo modo, o MOFA e seus funcionários se configuram como um dos canais principais na condução entre a diplomacia cultural do Japão e os outros países.

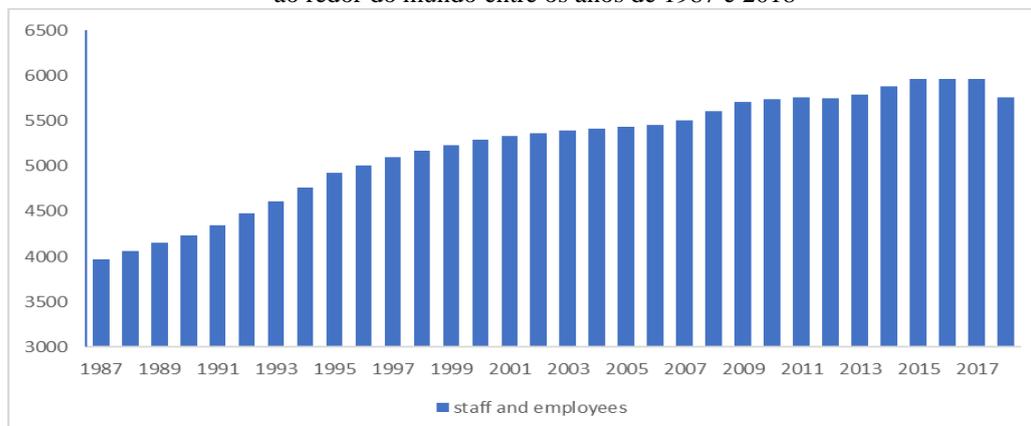
A figura 2, abaixo, representa o total do orçamento do governo japonês destinado ao MOFA em bilhões de yens e a figura 3, em seguida, o total de funcionários nas embaixadas e consulados ao redor do mundo, entre os anos de 1987 e 2018.

Figura 2: total do orçamento do governo japonês destinado ao MOFA em bilhões de yens entre os anos de 1987 e 2018



Fonte: Dados disponíveis no *Japanese bluebook*, MOFA (entre 1987 e 2018). Elaboração da autora.

Figura 3: total de funcionários nas embaixadas e consulados do Japão ao redor do mundo entre os anos de 1987 e 2018

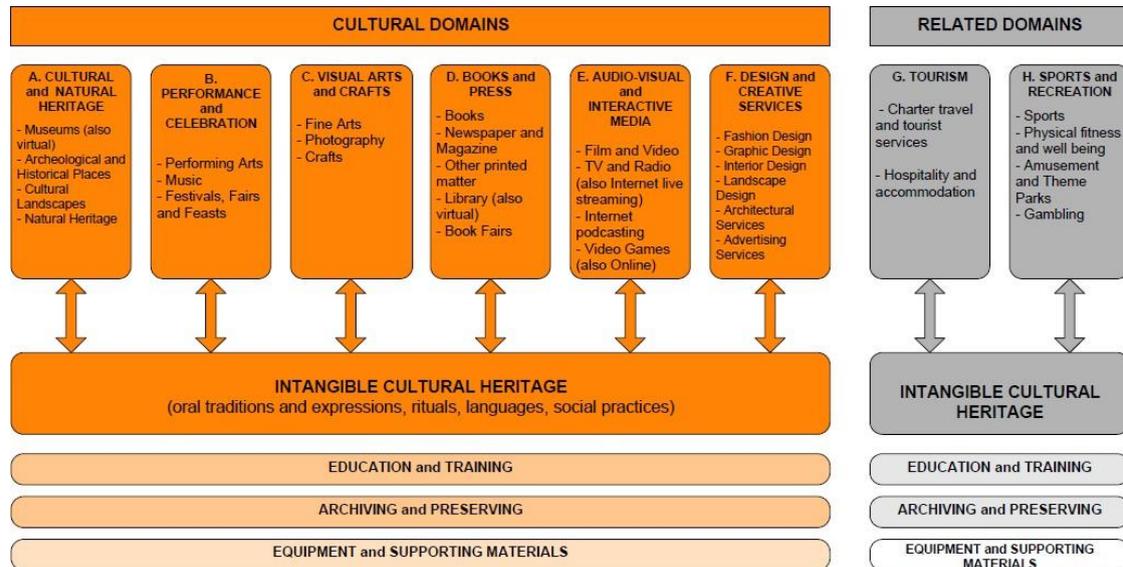


Fonte: Dados disponíveis no *Japanese bluebook*, MOFA (entre 1987 e 2018). Elaboração da autora.

Percebe-se constante alta do orçamento do MOFA até 1997, quando se inicia a crise dos Tigres Asiáticos e parece ocorrer cortes no orçamento nos dois anos seguintes. Quando a região estava se recuperando dessa crise, ocorre em 2001 o atentado às Torres Gêmeas nos EUA, que tem forte impacto na bolsa de Tóquio. Após esse período, sem altas no orçamento, tem-se a grande crise global dos anos 2008 e 2009, em que o orçamento do MOFA teve certa constância. E em 2011, ocorre o terremoto e tsunami de Tohoku. Muitos recursos do governo são destinados à ajuda aos feridos e à resolução do problema da explosão das centrais nucleares de Fukushima. Quanto ao número de funcionários do MOFA (figura 2), percebe-se um aumento, com certa constância, pelo menos até 2017, mesmo com os cortes no orçamento do Ministério.

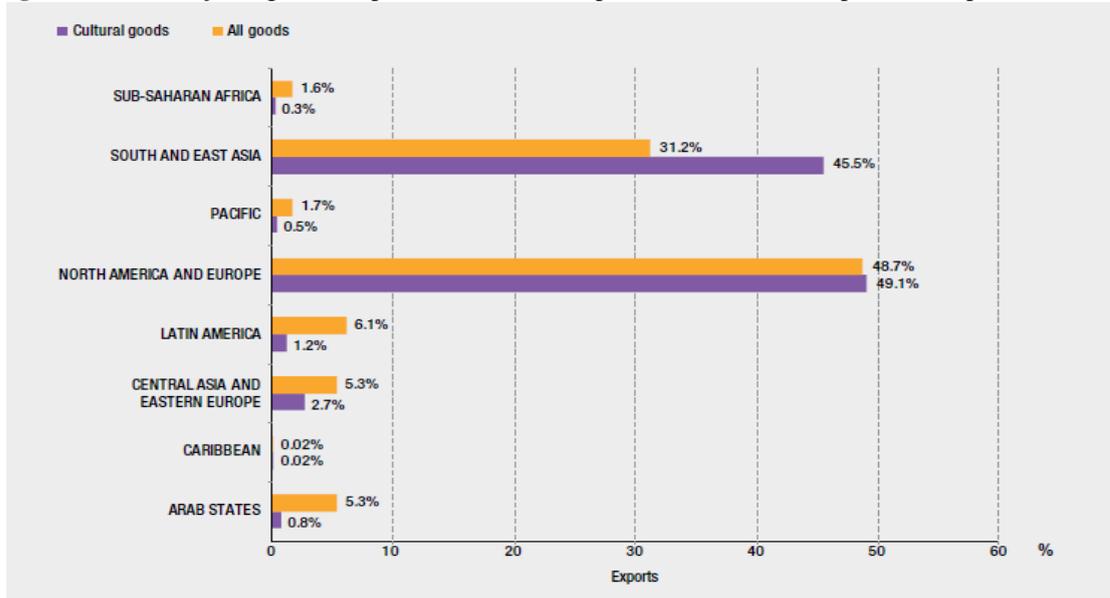
Outra variável da equação foi o total de produtos culturais exportados em dólares americanos. Segundo o relatório da UNESCO de 2009, *Framework for Cultural Statistics*, o conceito de bens culturais é todo produto que de algum modo transmite ideias, símbolos, valores e modos de vida que podem estar sujeitos a direitos autorais. São divididos, pela UNESCO, em seis domínios culturais, como ilustrado na figura 4. O total de produtos no modelo contempla todos os seis domínios e seus domínios relativos, conforme divisão da UNESCO (2009). Tal variável é relevante, pois a abertura comercial acarretada pelo comércio desses bens pode ser um fator de crescimento econômico e o leste asiático, junto com o sul asiático, é uma das regiões que mais se destaca como exportador de tais produtos, como mostra a figura 5, em seguida.

Figura 4: Domínios culturais de acordo com a UNESCO (2009)



Fonte: *Framework for Cultural Statistics* (UNESCO, 2009)

Figura 5: Distribuição regional de produtos culturais exportados e de todos os produtos exportados, 2013



Fonte: *The Globalisation of Cultural Trade: A Shift in Consumption - International flows of cultural goods and services 2004-2013* (UNESCO, 2016).

Como outra variável explicativa, tem-se a distribuição das operações do JICA (*Japan International Cooperation Agency*), medida de acordo com a ajuda financeira feita pelo governo japonês às filiais, em milhões de dólares, deflacionado de acordo com o IPC americano. A JICA é uma agência governamental que possui mais de 2.000 escritórios em mais de 29 países e coordena a Assistência Oficial para o Desenvolvimento (*Official Development*

Assistance – ODA) do governo do Japão. Tem como função auxiliar no desenvolvimento econômico e social de países em desenvolvimento e a promoção de cooperação internacional (JICA, 2018). É incluída como variável que representa o investimento do governo japonês em diplomacia cultural, pois tem como visão construir laços de confiança entre o Japão e outros países, buscando um mundo mais próspero, pacífico e livre (JICA, 2019). Entre as formas de cooperação, encontram-se, também, cursos de língua japonesa e programas de estágio e intercâmbio, além de programas de treinamento para professores que tenham pesquisas relacionadas com o Japão, projetos que se encaixam como diplomacia cultural.

Além do orçamento da JICA para sua atuação ao redor do mundo, foi incluído o total destinado pelo governo japonês à Assistência Oficial ao Desenvolvimento (ODA), pois nem toda a organização e distribuição é feita pela JICA; alguns acordos ocorrem entre países de maneira bilateral, e também em fóruns internacionais, como a OCDE, de maneira multilateral, além de contar com a ajuda de outras agências governamentais, como a Organização Japonesa de Comércio Exterior (JETRO, em inglês), a Associação para Bolsas de Cooperação no Exterior (AOTS, sigla em inglês) e a Corporação japonesa para o Desenvolvimento no Exterior (JODC, sigla em inglês).

A assistência ocorre através de ajuda técnica, empréstimos e ajuda financeira sem necessidade de devolução do dinheiro (JICA *Annual Report* 2003 e 2012). E a assistência tem os mais diversos objetivos, como: redução da pobreza, desenvolvimento da infraestrutura do país, transferência de técnicas e tecnologias e desenvolvimento da educação, principalmente educação básica. Além disso, o que diferencia o Japão de outros países doadores é seu foco em ensinar o estilo de vida japonês, mais especificamente o *gemba*⁵, para as nações que ele ajuda, transferindo de algum modo sua cultura para aquele povo (SHINOMURA et al., 2016).

É adicionada como variável de controle a porcentagem de desempregados de acordo com o total da população, que inclui pessoas maiores de 15 anos, de ambos os sexos. A equação para o modelo toma a forma de uma regressão linear múltipla:

$$(1) \quad \ln \text{GDP} = \alpha + \beta_1 (\ln \text{JFB}) + \beta_2 (\ln \text{MOFA B}) + \beta_3 (\text{Staff}) + \beta_4 (\ln \text{TPE}) + \beta_5 (\ln \text{JICA O}) + \beta_6 (\ln \text{ODA}) + \beta_7 (\text{Unemp})$$

⁵ Palavra japonesa que significa ‘se lançar no campo’, representando a necessidade de todos conhecerem o método de produção, terem a capacidade prática de resolverem todos os problemas, e saberem trabalhar em equipe, é um modelo de trabalho adotado pelos japoneses.

Onde $\ln GDP$ é o log natural total do PIB (em dólares constantes, 2010) e α é a constante que representa o intercepto de $\ln GDP$, ou seja, o valor do PIB quando as outras variáveis não são adicionadas. O $\ln JFB$ é o log natural do total do orçamento destinado pelo governo japonês à JF em milhões de yens. E $\ln MOFA B$ é o log natural do total do orçamento do Ministério de Relações Exteriores do Japão em bilhões de yens. Staff é o total do pessoal das embaixadas e consulados japoneses ao redor do mundo. $\ln TPE$ é o log natural do total de produtos culturais exportados pelo Japão em dólares americanos. $\ln JICA O$ é o log natural do total do orçamento oferecido pelo governo japonês à JICA para a sua atuação ao redor do mundo em milhões de dólares (deflacionado) e $\ln ODA$ é o log natural do total do orçamento da ODA em dólares. Por fim, tem-se a variável Unemp, que mede a taxa de desemprego, de acordo com o total da população, incluindo pessoas maiores de 15 anos, de ambos os sexos, como variável de controle, uma vez que afeta a economia. Os resíduos não apresentaram nenhuma tendência.

Os dados referentes ao PIB japonês e à taxa de desemprego foram obtidos através do Banco Mundial. O orçamento da *Japan Foundation*, orçamento do MOFA, o número de funcionários do MOFA e o orçamento da JICA foram obtidos através dos Relatórios anuais de cada instituição. O total destinado à ODA pelo governo japonês foi obtido no banco de dados da OCDE. E o total de produtos exportados foi obtido do banco de dados da UN ComTrade. Os resultados são apresentados na tabela 1.

TABELA 1
Relação entre o investimento em diplomacia cultural e crescimento da economia.⁶

	(1)	(2)	(3)	(4)
	$\ln GDP$	$\ln GDP$	$\ln GDP$	$\ln GDP$
IJFB	0.130* (0.0539)	0.0604** (0.0207)	0.0592*** (0.0131)	0.0262** (0.00868)
Unemp	-0.0325*** (0.00590)	-0.0177* (0.00692)	-0.0137* (0.00560)	-0.0216*** (0.00321)

⁶ $\ln GDP$ é o log natural total do PIB (em dólares constantes) durante os anos de 1987 até 2008 e $\ln(JFB)$ é o log natural do total do orçamento destinado pelo governo japonês à JF em milhões de yens; $\ln(MOFA B)$ é o log natural do total do orçamento do MOFA em bilhões de yens; Staff é o total do pessoal das embaixadas e consulados japoneses ao redor do mundo; $\ln TPE$ é o log natural do total de produtos culturais exportados pelo Japão em dólares americanos; $\ln(JICA O)$ é o log natural do total do orçamento à JICA em milhões de dólares; e $\ln(ODA)$ é o log natural do total do orçamento da ODA em dólares. Os coeficientes são reportados com erros padrões entre parênteses. ***, ** e * indicam significância de 1%, 5% e 10% respectivamente.

TABELA 1
Relação entre o investimento em diplomacia cultural e crescimento da economia (continuação).

IMOFAB	0.222** (0.0713)	0.142* (0.0566)	0.427*** (0.0519)
staff	0.0000680* (0.0000317)	0.0000838** (0.0000264)	-0.000118** (0.0000351)
ITPE		-0.00770 (0.0145)	0.0156* (0.00940)
IJICAO			-0.00900*** (0.00154)
IODA			0.0105* (0.00394)
_cons	29.98*** (0.748)	27.97*** (0.315)	28.35*** (0.301)
R^2	0.680	0.968	0.996

Fonte: Elaboração da autora.

O modelo básico (coluna 1), indica que o aumento em 10% no orçamento da JF tem influência positiva de 1,3% no PIB japonês. Na segunda coluna, são acrescentados o orçamento e o número de funcionários do MOFA e percebe-se que sua influência em relação ao PIB japonês também é positiva, suficiente e significativa. Nesse modelo, quando é investido 10% a mais na JF, a influência em relação ao PIB japonês é de uma melhora de 0,6%. E quando é investido 10% no MOFA, a melhora prevista é de cerca de 2,2%. Já em relação ao pessoal do MOFA, por mais que a variável seja significativa a 10% e suficiente dentro do modelo, a cada uma pessoa a mais no serviço diplomático japonês, a tendência ao crescimento do PIB é de apenas 0,0000680%. De todo modo a influência do investimento em instituições que cuidam da diplomacia cultural do Japão é significativa e suficiente para explicar o crescimento do PIB nos dois modelos.

O modelo completo apresentado na coluna 4 tem como variáveis adicionais a exportação de produtos culturais do Japão, o orçamento da JICA e o total da ODA japonesa. Por razões supracitadas essas variáveis também influenciam, ao seu modo, na diplomacia cultural e estabelecimento de um *soft power* japonês. A exportação dos produtos culturais japoneses não

era significativa no modelo 3, mas ao serem adicionadas as outras duas variáveis, ela se torna significativa e todas as variáveis são úteis para explicar o modelo. Presume-se que quanto maior a taxa de exportação de um país, melhor sua balança comercial e percebe-se que a exportação de produtos culturais parece ser benéfica para a economia japonesa, porém sem efeitos muito relevantes, pois, quando se aumenta 10% da exportação dos produtos culturais japoneses, a tendência de aumento do PIB do país é de apenas 0,15%.

Quando se é analisado o papel da JICA, tem-se que o investimento na agência de cooperação internacional não é positivo para o PIB japonês, por mais que não sejam perdas muito expressivas: um investimento de 10% a mais na JICA afeta negativamente o PIB japonês em 0,09%. O contrário ocorre com a ODA japonesa: quando é investido 10% a mais no programa de assistência, a tendência é que o PIB aumente cerca de 0,1%.

No modelo 4, o investimento no orçamento da *Japan Foundation* e no MOFA continua positivo, significativo e suficiente para explicar o modelo. A cada 10% investidos na JF, o PIB tende a aumentar 0,2%, e a cada 10% investidos no MOFA, a tendência é de um aumento de 4,2%. Uma mudança ocorre no número dos funcionários, em relação ao modelo 2: o investimento em pessoal para trabalhar nas embaixadas e consulados passa a ter efeito negativo no PIB, porém pouco expressivo em termos reais, a cada pessoa contratada, a diminuição tende a ser de 0.0001%.

Como previsto, a taxa de desemprego teve um efeito significativo e negativo em todos os modelos. No modelo 4, um aumento de 1% na taxa de desemprego tem um efeito negativo de 0,02% no PIB japonês.

Conclusões

Analisando de um ponto de vista histórico, percebe-se que ocorreram mudanças no caráter da diplomacia cultural japonesa ao longo das últimas décadas. Sua diplomacia se alterou de uma visão imperialista para uma diplomacia mais discreta, temente de se exportar, até o entendimento de que a diplomacia cultural pode ser um instrumento de *soft power* e pode melhorar relações antes adversas. Mas, para além disso, a diplomacia cultural se mostrou uma fonte promissora durante as crises econômicas e uma nova maneira de potencializar o crescimento da economia.

Neste contexto, o governo, entendendo os benefícios do investimento em cultura e indústrias criativas, vem alterando suas políticas para criar uma estratégia eficaz de *soft power* que traga benefícios econômicos. Partindo deste pressuposto, o presente trabalho buscou entender a relação entre o investimento em diplomacia cultural do Japão e o crescimento de sua economia, através de uma análise quantitativa, utilizando-se de uma regressão linear múltipla.

Conclui-se que existe uma relação entre investimento em diplomacia cultural pelo governo japonês e a economia daquele país. O investimento nas agências e ministérios que lidam com a organização e execução da diplomacia cultural tende a aumentar o PIB. O aumento das exportações de produtos culturais também tem resultados positivos, junto com o investimento na ODA. Entretanto, o investimento na JICA tende a uma diminuição do PIB. De todo modo, o investimento em diplomacia cultural tende a ter efeitos benéficos na economia e, portanto, vale o esforço do governo japonês em destinar recursos para tal, corroborando com a hipótese inicial.

Vale ressaltar que ainda não é possível comprovar que o investimento em diplomacia cultural realmente traga resultados no que diz respeito a uma melhora na imagem do Japão no mundo, principalmente no que diz respeito à China e à Coreia do Sul, relações que vêm se deteriorando ao longo dos últimos anos. São necessários estudos mais aprofundados que possam entender essas relações.

O que se percebe com o histórico das ações voltadas para a diplomacia cultural do Japão é que existe certa desorganização e falta de uma direção nas ações governamentais japonesas. Não existe uma única agência ou ministério responsável pela organização e execução das estratégias; o orçamento é disperso pelos mais variados atores governamentais; as ações são executadas de forma descentralizada, provocando ações descoordenadas. Com mais de 13 atores governamentais envolvidos no processo de implementação da diplomacia cultural, o governo parece não possuir uma estratégia linear de execução do *Cool Japan*, sendo influenciado por acontecimentos diplomáticos, econômicos e, até mesmo, a opinião pública doméstica.

Referências

BELINI, Lais Santos. **A diplomacia pop-cultural japonesa de 2004 a 2014: motivações e antagonismos**. 2019. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo.

COOL Japan. Cabinet Office, Government of Japan. 2019. Disponível em: <https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html>. Acesso em: 19 abr. 2019.

GREEN, H. Steven. **The soft power of cool: economy, culture and foreign policy in Japan**. 2015. Disponível em: <https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=7228&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1>. Acesso em: 20 mai. 2020.

HELLO Kitty multibillion-dollar success story. **Financial Review**. 2017. Disponível em: <<https://www.afr.com/lifestyle/hello-kittys-multibillion-dollar-success-story-20171203-gzxp84>>. Acesso em: 13 jul. 2019.

IWABUCHI, Koichi. Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’. **International Journal of Cultural Policy** 21, n. 4, p. 419-432, 2015.

JAPAN's 21st Century Vision. **The Report of the special board of inquiry for examining**. Overview, 2005. Disponível em: <https://www5.cao.go.jp/keizaihimon/english/publication/pdf/050419visionsummary_overview.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2019.

JAPAN Foundation. **The Japan Foundation Pamphlet**, 2015. Disponível em: <https://www.jpff.go.jp/e/about/outline/img/Pamphlet_e.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2019.

JICA Annual Report. 2003. Disponível em: <<https://www.jica.go.jp/english/publications/reports/annual/2003/pdf/200303.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2019.

JICA Annual Report. 2012. Disponível em: <<https://www.jica.go.jp/english/publications/reports/annual/2012/c8h0vm00002qe6vjatt/03.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2019.

JICA Annual Report, 2018. Disponível em: <https://www.jica.go.jp/english/publications/reports/annual/2018/c8h0vm0000dxws0g-att/2018_all.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2019.

JICA Annual Plan, 2019. Disponível em: <https://www.jica.go.jp/english/about/organization/c8h0vm000000ks38ttt/annual_plan2019.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2019.

KHUMTHUKTHIT, Ploy. **A nova diplomacia pública do Japão**. 2010. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MCGRAY, Douglas. Japan's gross national cool. **Foreign policy**, n. 1, p. 44- 54. mai./jun. 2002.

MOFA. **Japanese Diplomatic Bluebook**, 2004. Disponível em: <<https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2004/index.html>>. Acesso em: 13 jul. 2019.

MOFA. **Pop-culture diplomacy**, 2019. Disponível em: <<https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/>>. Acesso em: 06 jul. 2019.

NYE JUNIOR, Joseph S. **Soft power: the means to success in world politics**. New York, USA, 2004.

OGOURA, Kazuo. Japan's cultural diplomacy, past and present. **Peace and Culture**, Tokyo: Joint Research Institute for International Peace and Culture, Aoyama Gakuin University, p. 44-54, 2009.

OLIVEIRA, Henrique Altemani; MASIERO, Gilmar. Estudos Asiáticos no Brasil: contexto e desafios. **Revista Brasileira de Política Internacional**, n. 2, p. 5-28, 2005.

OTMAZGIN, Nissim Kadosh. Geopolitics and soft power: Japan's cultural policy and cultural diplomacy in Asia. **Asia-Pacific Review**, n. 1, p. 37-61, 2012.

PEREIRA, R. Estudos Asiáticos no Brasil. In: GUIMARÃES, L. **Asia, America Latina, Brasil: a construção de parcerias**. [s.l.] Brasília: NEASIA/CEAM/UnB, 2003.

SHIMOMURA, Yasutami; PAGE, John; KATO, Hiroshi (Eds). **Japan's development assistance: foreign aid and the post-2015 agenda**. Springer, 2016.

UNESCO. **The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS)**, 2009. Disponível em: < http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2019.

UNESCO. **The globalisation of cultural trade: a shift in consumption–international flows of cultural goods and services 2004–2013**. (2016).

VALIYEV, Agil. Connection between Economics, Culture and Cultural Diplomacy. **Annals of Spiru Haret University**. Economic Series, n. 3, p. 67-74, 2017.

WATANABE, Yasushi; MCCONNELL, David L. (Eds.). **Soft power superpowers: cultural and national assets of Japan and the United States**. ME Sharpe, 2008.