

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM COMUNICAÇÃO E
SEMIÓTICA**

MARIA APARECIDA CORDEIRO KATSURAYAMA

**A reconstrução midiática da imagem feminina
no Japão moderno**

Mestrado em Comunicação e Semiótica

**São Paulo
2016**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM COMUNICAÇÃO E
SEMIÓTICA**

MARIA APARECIDA CORDEIRO KATSURAYAMA

**A reconstrução midiática da imagem feminina
no Japão moderno**

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica, área de concentração: Signos e significação nos processos comunicacionais, linha de pesquisa: Dimensões Políticas na Comunicação, sob orientação da Profa. Dra. Christine Greiner.

**São Paulo
2016**

BANCA EXAMINADORA

RESUMO

O processo de modernização do Japão testemunhou uma explosão de novas imagens da mulher japonesa. O objetivo desta dissertação de mestrado foi analisar o papel da comunicação midiática na reconstrução destas imagens, com destaque para as revistas. A metodologia utilizada aliou a pesquisa bibliográfica específica (Sato 2003, Silverberg 2009, Greiner 2015) e análise das imagens representativas da tensão entre o tradicional e o moderno. A imagem da *bijinga* ou “pintura da mulher bonita” foi um ponto de referência importante por representar os parâmetros de beleza feminina do período pré-moderno, assim como, as novas versões da *modan gaaru* ou “garota moderna”. Como resultado, apresenta-se uma discussão pouco desenvolvida no Brasil, que alia estudos da arte e da mídia japonesa, tendo em vista compreender as complexidades dos contextos sócio-políticos que envolveram a transição do Japão tradicional para a modernidade e a sua paulatina entrada no mercado internacional.

Palavras-chave: mulher japonesa; mídia japonesa; arte moderna.

ABSTRACT

Japan's modernization process witnessed the explosion of new images of the Japanese woman. The purpose of this master's dissertation was to analyze the role of media communication in the reconstruction of these images, especially magazines. The methodology utilized associated specific literature reviews (Sato 2003, Silverberg 2009, Greiner 2015) to analysis of representative images of the tension between the traditional and the modern. The image of the *bijinga* or "painting of the beautiful woman" was an important reference point to represent the feminine beauty parameters of the pre-modern period, as well as new versions of the *modan gaaru* or "modern girl". As a result, it is presented a discussion scarcely developed in Brazil, combining studies of art and Japanese media, in order to understand the complexities of socio-political contexts involving the transition from traditional Japan to modernity and its gradual entry to the international market.

Keywords: japanese woman; japanese media; modern art

AGRADECIMENTO

À minha professora, Dra. Christine Greiner, pela sabedoria, generosidade e dedicação durante todo o processo de elaboração deste estudo.

Ao meu marido Ernesto, companheiro de todas as horas, pelo incentivo e apoio incondicional desde o início desta jornada.

Aos meus filhos Paula, Fernando e Pedro que sempre foram um estímulo para a minha vida.

À Professora Dra. Michiko Okano e à Professora Dra. Sonia Régis Barreto pelas observações e valiosas orientações no processo de qualificação e que muito me incentivaram na realização deste estudo.

À Professora Dra. Cecília Sato pela revisão competente e carinhosa.

Aos colegas do Centro de Estudos Orientais (CEO) pelo acolhimento e compartilhamento de seus conhecimentos.

Aos colegas do grupo de estudo sobre arte e cultura japonesa pela amizade e aprendizado em nossas reuniões. Neste grupo agradeço também a Simonia Fukue pela diagramação final do texto.

Por fim o meu agradecimento a todos que direta ou indiretamente fizeram parte desta nova etapa da minha vida.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. A TRANSIÇÃO PARA A MODERNIDADE	10
1.1. Transformações econômicas e sociais na Era Edo (1603 – 1868)	10
1.2. Era Edo: o papel da mulher na sociedade	14
1.3. Novas formas de expressão cultural	15
1.4. O enfraquecimento dos feudos.....	17
2. AS FORÇAS SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	19
2.1. O papel da “nova mulher” (<i>atarashii onna</i>) no período Meiji	20
2.2. A formação da cultura de massa e de consumo no Japão	23
2.3. A arte comercial	28
2.4. A desestabilização da imagem feminina: da nova mulher (<i>atarashii onna</i>) para a garota moderna (<i>modan gaaru</i>)	30
3. A IMAGEM FEMININA NA CULTURA VISUAL.....	34
3.1. O estilo <i>bijinga</i> tradicional	39
3.2. A “nova mulher” (<i>atarashii onna</i>)	44
3.3. A “garota moderna”	56
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68
REFERÊNCIAS DIGITAIS	70
IMAGENS	70

INTRODUÇÃO

A imagem da mulher tem sido um tema importante para a cultura japonesa. Há bibliografias de áreas diversas que se dedicaram a analisar estas imagens, nas mídias, na arte, na filosofia e suas mudanças e respectivos impactos na economia e na política. Em termos de documentação visual, existem exemplos preservados desde o período Nara (712 – 794), como a pintura *Chōmōryūjo byōbu* (Beleza embaixo da árvore) do acervo do Shōsōin Imperial na antiga capital Nara. Mais tarde, no período Tokugawa ou Era Edo (1603 – 1868), a pintura de mulher bonita, passou a ser considerada um gênero independente denominado *bijinga*. Essas imagens representavam o ideal de feminilidade almejado pelo público masculino e paralelamente com o surgimento das xilogravuras *ukiyo-e*¹, contribuíram para a disseminação das imagens femininas como símbolo da sensualidade e docilidade da mulher japonesa. A partir da Era Meiji (1868 – 1912) o novo governo deu início a uma reforma política, social e econômica na busca pela modernização do país, causando uma grande transformação na vida cotidiana do povo japonês. O processo de modernização desencadeou uma explosão de novas imagens que desestabilizaram a representação da tradicional pintura da mulher bonita anteriormente representada. As imagens que despontavam nas narrativas visuais a partir da segunda metade do século XIX, apresentavam a figura da *bijinga* como elemento simbólico mas que adquiria extensões inovadoras em razão do ambiente tensionado pelo embate entre a tradição e as novas diretrizes sociais e políticas que redefiniram as práticas da vida diária da mulher japonesa. Havia por um lado um esforço governamental para distanciar a imagem da mulher e da cultura japonesa do exotismo propagado pelo ocidente e por outro, a cultura de massa que emergia nos tempos modernos trazia à tona novas representações femininas, nem sempre conectadas com o modelo “boa esposa, mãe sábia” defendido pelo governo Meiji.

Considerando como ponto de partida o período Meiji, a hipótese principal desta pesquisa é que a imagem da *bijinga* tradicional, representada nos períodos anteriores no Japão, foi se desestabilizando a partir da implantação da modernidade. No entanto, a nova *bijinga*, construída a partir de então como ícone da mulher

¹ *Ukiyo-e* era a estampa xilográfica cuja matriz foi desenhada, gravada e entalhada na madeira, sendo produto do trabalho de três personagens: o artista desenhista, o entalhador e o impressor.

japonesa, também permaneceu como estereótipo na representação visual feminina criada por artistas e reproduzida pela mídia. Para analisá-la tornou-se necessário reconhecer entrelaçamentos entre a teoria da arte e a comunicação midiática.

Neste sentido, a pesquisa foi dividida em três partes apresentadas a seguir.

O primeiro capítulo examina o contexto em que se deu o processo de transição para a modernidade no Japão, destacando o desenvolvimento da cultura urbana que floresceu no decorrer do regime Tokugawa, o surgimento de novos meios de expressão artística e o papel da mulher nessa sociedade. As principais referências teóricas nesta primeira parte foram Mikiso Hane (2013) e Andrew Gordon (2013).

O capítulo seguinte ressalta as implicações da adoção do Ocidente como modelo para o novo sistema industrial e capitalista no regime Meiji, salientando a emergência de novas forças sociais, como a sociedade de consumo e a cultura de massa, que impactaram a representação feminina no período moderno. Barbara Sato (2003), Miriam Silverberg (2009) e Greiner (2015) guiaram as pesquisas sobre o entrelaçamento entre as novas funções femininas, o aparecimento da cultura de massa e da sociedade de consumo na construção da nova identidade feminina no período compreendido entre as duas grandes guerras mundiais.

Por se tratar de um recorte temático, o terceiro e último capítulo traz uma seleção de obras que pretendem delinear os caminhos percorridos pela arte no embate com os meios de comunicação diante da introdução da modernidade no Japão. Neste capítulo a narrativa visual proposta busca apresentar a desestabilização da imagem *bijinga*, passando pelas mudanças do público consumidor, dos meios de divulgação e da sua utilização como dispositivo de poder. As transformações nas representações *bijinga* demonstram a presença antagônica do estereótipo da mulher japonesa, seja por meio da ternura e submissão da tradicional dona de casa ou pelo apelo sexual das cortesãs. Os textos editados por J. Thomas Rimer (2012) foram referências importantes para a seleção das obras apresentadas e para contextualização artística das imagens.

No Brasil, na literatura disponível em português, foram encontradas informações dispersas sobre esta questão, razão pela qual considero que este trabalho poderá ser uma contribuição para futuras pesquisas que envolvam a arte e os meios de comunicação no desenvolvimento de novas significações e implicações da imagem *bijinga* na reconstrução da identidade feminina.

1. A TRANSIÇÃO PARA A MODERNIDADE

1.1. Transformações econômicas e sociais na Era Edo (1603 – 1868)

Até o início do Período Meiji, por sete séculos, o Japão foi governado por uma classe hereditária de samurais que fazia parte do xogunato japonês (*bakufu*), ou o “governo dos generais” (SAKURAI, 2013: 82). Nesse modelo, o Imperador, isolado politicamente, continuava com seu poder simbólico. Mas o poder de fato era exercido pelo xogum que comandava um rígido sistema feudal baseado na ordem patriarcal de Confúcio.

O último xogunato, conhecido como Período Edo ou Tokugawa, manteve por 264 anos um poder forte e centralizado na cidade de Edo (antigo nome da cidade de Tóquio). Estabeleceu no país uma ordem social hierarquizada sustentada por uma administração de rígido controle de impostos e pelo moralismo do pensamento filosófico confuciano, em que a obediência às regras em nome do princípio da justiça cumpria papel fundamental na estrutura social. O país era dividido em centenas de domínios ou unidades políticas, sob controle de poderosos senhores feudais, titulados daimiôs, responsáveis pela mobilização dos guerreiros samurais. A população era dividida em quatro classes sociais, sendo a classe militar (os samurais) a de mais alto nível, seguida pelos camponeses, depois pelos artesãos e finalmente pelos comerciantes. Conforme esclarece o historiador Mikiso Hane (2013: 42), existia ainda, outros grupos de pessoas que eram tratados à margem da sociedade, conhecidos como *hinin* (não humanos) e *eta* (extremamente impuros). Os médicos e aristocratas não pertenciam à nenhuma das quatro classes oficiais. Membros de uma classe não tinham autorização para casar com membros de outra classe nem mudar sua ocupação profissional. A conduta privada, as roupas, as armas, o tamanho das embarcações a serem construídas e a circulação de pessoas e mercadorias eram regulamentados e mantidos sob estreita vigilância do Estado. Determinados a manter sob controle todas as forças políticas internas, o xogunato Tokugawa optou ainda, a partir de 1639, pelo fechamento dos seus portos ao Ocidente, iniciando um longo período de isolamento político e comercial com o hemisfério ocidental.

Este capítulo apresenta brevemente algumas características do contexto social, econômico e cultural em que aconteceram transformações fundamentais para o

estabelecimento das bases da modernidade que colocaram o Japão em um novo patamar internacional. O isolamento auto imposto pelo xogunato, a urbanização e o crescimento do comércio resultantes das novas políticas de controle social aliados ao impulso nacionalista e aos novos modos de organização das forças produtivas foram ingredientes que, aos poucos, introduziram variáveis não planejadas pelo xogunato e culminaram com a desestabilização do regime, criando espaço para a restauração do imperialismo e para a implantação da modernidade.

Durante o sistema de xogunato, no final da primeira metade do século XVI, ocorreram os primeiros contatos com o Ocidente por meio da entrada dos navios portugueses na ilha de Kyūshū no Japão, em 1543. Em seguida, chegaram os espanhóis (1584), holandeses (1600) e ingleses (1613), todos atraídos pelas possibilidades do comércio internacional. Com os comerciantes portugueses chegaram também os jesuítas, em 1549, com a missão de converter os japoneses ao catolicismo.

A cidade de Nagasaki centralizava os missionários portugueses e foi o centro de um intenso intercâmbio comercial, sendo considerada a propagadora da cultura europeia no Japão. Os estrangeiros tiveram boa acolhida pelos dirigentes japoneses principalmente porque além dos interesses comerciais, vislumbraram o acesso a novas tecnologias desenvolvidas no Ocidente, como as armas de fogo introduzidas pelos portugueses.

Por volta de 1603, quando Tokugawa Ieyasu² (1543 – 1616), primeiro xogum do período Edo, assumiu o poder, as autoridades concluíram que os benefícios da comercialização não eram suficientes para suportar os riscos, pois alguns dos valores ocidentais, como o individualismo e a ideia de obedecer a Deus acima de todas as coisas, poderiam sobrepujar os ideais de lealdade e obediência que eram a base de todas as relações sociais no Japão.

Além disso, missionários protestantes que chegaram ao Japão juntamente com os holandeses e ingleses, alertaram os governantes sobre estratégias expansionistas dos portugueses e espanhóis em outros países, como Filipinas e México. Assim, em 1605 teve início uma brutal perseguição ao cristianismo e os japoneses foram proibidos, sob pena de morte, de professar a fé cristã. Finalmente, os líderes japoneses decidiram, em 1639, fechar suas portas ao mundo ocidental, intensificando o controle sobre o país.

² Os nomes próprios seguiram a convenção da ordem japonesa, primeiro o sobrenome e depois o nome.

A partir de 1641, a única nação europeia que poderia continuar suas atividades com o Japão era a Holanda, em razão de sua neutralidade religiosa e pelo seu foco exclusivo no comércio. Apenas navios mercantes de três países tinham permissão para entrar nos portos japoneses: os navios coreanos na ilha de Iki e os chineses e holandeses em Nagasaki. Não era permitido aos holandeses viajar para outras partes do Japão sem permissão oficial. Por outro lado, desde 1636 todos os japoneses estavam proibidos de deixar o país e àqueles que estavam fora não era permitido retornar ao país. Os livros vindos do Ocidente foram banidos até 1720, quando a entrada de livros não religiosos passou a ser permitida. Desta forma, embora o país estivesse virtualmente fechado em uma época de grande desenvolvimento intelectual, político e científico principalmente na Europa, por esta pequena abertura, em Nagasaki, muitos japoneses tinham consciência dos avanços ocorridos no Ocidente.

Conforme Hane (2013: 58), no início do período Tokugawa a população estimada do Japão era de 20 milhões de pessoas, chegando a 30 milhões do final do período. Deste total mais de 80% era composta por camponeses, responsáveis pela base de toda a economia que continuava sendo a agricultura. Abnegação, frugalidade e submissão eram virtudes a serem cultivadas pelos agricultores, que tinham uma vida de trabalho duro e mínimo conforto material, cumprindo obrigações que vigoravam do nascimento até a morte dos indivíduos. Além dos impostos, inúmeras taxas eram fixadas aos camponeses, poucos tinham oportunidades para estudar e a maioria era analfabeta.

As diversas famílias de camponeses procuravam se unir em comunidades e cada aldeia era liderada por cinco chefes, responsáveis pela coleta e controle dos impostos e taxas, prestando contas diretamente ao senhor feudal. Essas comunidades também atuavam como unidades de auxílio nas doenças e necessidades de seus integrantes. Segundo Sakurai (2013: 122), “no período Tokugawa, essa maneira de organizar a comunidade local se consolidou, tornando-se a fonte mais importante de um dos traços do *ethos* japonês: *o comunal acima do individual*”.

A pesquisadora Christine Greiner (2015: 73) descreve as alianças entre os integrantes de comunidades, conhecidas como *ikki*, como sendo “organizações extraoficiais formadas em torno de um objetivo comum”. A autora (2015: 71) explica que no final do período medieval, “as manifestações *ikki* se propagaram como um sintoma do declínio gradativo da autoridade central e do fortalecimento da competição entre os senhores da guerra”. Cita como exemplo, o surgimento dos levantes

revolucionários *ikki*, que começaram a se formar no Japão medieval e continuaram existindo até os tempos modernos.

Outras mudanças ocorridas no final do século XVII introduziram novos ingredientes na ordem social estabelecida pelo xogunato, entre elas destaca-se o aparecimento de novas forças produtivas, como as manufaturas de fios de tecelagem de algodão e seda. Incorporadas ao universo dos camponeses, levaram muitas aldeias a se dedicarem à preparação de matérias primas para serem utilizadas nas tecelagens em detrimento do trabalho exclusivo na lavoura. Com esta atividade, aliada a uma maior produtividade das terras decorrente das novas técnicas de irrigação, fertilizantes e arado, os camponeses alcançaram melhores condições financeiras e contribuíram para o desenvolvimento do comércio e para a desestabilização da rígida hierarquização das classes sociais.

Por outro lado, os centros urbanos também sofreram modificações significativas em função de outro dispositivo de poder definido no projeto político do xogunato Tokugawa. Como forma de controle social, a partir de 1634, todos os daimiôs, as autoridades regionais do sistema, em anos alternados, eram obrigados a passar quatro meses na capital e oito em suas terras, enquanto suas famílias deveriam fixar residência na nova capital Edo, sob as vistas das autoridades. Sob o ponto de vista do regime, a manutenção de duas residências e o controle das autoridades locais dificultavam a formação de exércitos para possíveis revoltas regionais.

Na realidade, com o crescimento da população, Edo foi impulsionada em direção ao comércio, com cidadãos dedicados aos mais diversos ofícios para atender aos moradores: artistas, artesãos e comerciantes de todo tipo de mercadorias, inclusive camponeses que deixavam suas aldeias a fim de comercializar tecidos e sedas de suas manufaturas. Desta forma, as mudanças políticas definidas pelo regime geraram um enorme crescimento populacional em Edo e fizeram da cidade um grande centro comercial e de entretenimentos, um dos maiores centros de consumo do Japão. Por volta de 1700, Edo era provavelmente a maior cidade do mundo com uma população aproximada de um milhão de pessoas. Quioto, a antiga capital do Japão imperial e Osaka, o centro comercial, também estavam entre as maiores cidades do mundo em termos populacionais (Gordon, 2013: 24).

Como premissa do regime Tokugawa os comerciantes estariam entre as últimas camadas da hierarquia social, em consonância com os valores confucianos, que consideravam em patamar inferior os cidadãos que não se dedicavam a atividades

produtivas, ocupados apenas em “fazer dinheiro”. Mas o que se via era o enriquecimento daqueles que viviam em atividades envolvidas com o comércio, atividade até então considerada marginal, sem reconhecimento social. Assim, comerciantes, artistas e artesãos viviam economicamente em melhores condições que os camponeses, que viviam do trabalho na terra e estavam hierarquicamente em uma classe social superior.

Por razões diversas, como ocorrências de calamidades ou por estilos de vida incompatíveis com as respectivas rendas, daimiôs e samurais passaram a se endividar com os comerciantes, de quem eles compravam mercadorias ou emprestavam dinheiro. Os comerciantes prosperaram e adquiriram um grau de importância não compatível com a estrutura social determinista do xogunato abrindo espaços para rupturas na ordem social e para o enfraquecimento dos feudos. Apesar do novo contexto na estrutura social, o papel da mulher, como será analisado a seguir, continuava preso a rígidos controles sociais formalmente institucionalizados durante o período Tokugawa.

1.2. Era Edo: o papel da mulher na sociedade

A vida das mulheres na sociedade dessa época estava atrelada aos ensinamentos de Confúcio que as colocavam em posição inferior ao homem com a noção de subordinação implícita em todas as atividades. Elas viviam literalmente à margem da sociedade. O marido tinha o direito de matar a esposa e o outro homem em caso de traição e o divórcio só era permitido aos maridos, mesmo sem motivos justificáveis. Era dever da esposa suportar dificuldades e abusos com paciência e servir o marido e os sogros. O sistema familiar patriarcal idealizado pelo regime vigente era o “*ie*”, uma estrutura que posicionava o homem como chefe absoluto da família e considerava, em cada geração, o filho homem mais velho como herdeiro responsável pela perpetuação da família. Os casamentos eram arranjados pelos pais e a jovem não tinha direito a manifestar sua vontade.

A mulher, de um modo geral, além dos afazeres domésticos, também trabalhava nas plantações e no artesanato. Em pesquisa desenvolvida na Universidade de Washington em 1990, a historiadora de arte Morioka Michiyo registra que a posição social e econômica da mulher durante o período Edo era ditada pela “Doutrina das Três Obediências de Confúcio”, segundo a qual a mulher não teria nenhuma forma de

independência durante sua vida. Quando era jovem, obedecia seu pai; quando era casada, obedecia seu marido; quando era viúva, obedecia seu filho. Muitos textos, como o *Great Learning for Women*, de Kaibara Ekken (1630 – 1714), eram disseminados com o propósito de codificar as regras aplicáveis à vida diária das mulheres de forma que fosse assegurado o seu papel na sociedade, condicionando a mulher japonesa a aceitar o tratamento discriminatório definido pelo regime autoritário Tokugawa.

Os bordéis eram oficializados e logo se disseminaram na era Edo. Muitas meninas eram vendidas para a prostituição por suas próprias famílias, camponeses de vilarejos atingidos por períodos de pobreza intensa, como nas crises de 1732 e 1783 – 87. As cortesãs eram as prostitutas de nível mais elevado que atendiam os clientes nos bordéis. Os dirigentes das casas de prostituição tratavam as reclusas como escravas e contavam com a cumplicidade das autoridades locais. No entanto, nesse ambiente, um culto à cortesã foi desenvolvido e esta mulher elegantemente vestida, de gestos refinados, tornou-se um ícone cultural. Foi justamente esta personagem, representada como *bijinga*, tema principal de um estilo distinto e contemporâneo de pintura, ilustração de livros e gravuras que surgiram a partir dessa época, quem representou a identidade visual feminina da nova cultura urbana do período Edo.

A criatividade dos artistas transformou mulheres que viviam nos distritos licenciados de prostituição em emblemas de feminilidade, construindo um mundo que transcendia o fato real da compra de favores sexuais. Segundo a curadora Elizabeth Swinton (1996), para a população de Edo, estas imagens definiam a realidade, retratando um mundo que era simultaneamente uma metáfora da nova sociedade e uma realidade alternativa criada pela imaginação dos artistas.

1.3. Novas formas de expressão cultural

O aumento da renda dos cidadãos e as grandes concentrações urbanas, carentes de opções de entretenimentos, favoreceram o aparecimento de novas formas de expressão cultural no período Tokugawa, expondo realidades continuamente opostas às diretrizes impostas pelo governo. Os comerciantes empoderados pelo dinheiro mas institucionalmente limitados no que se referia aos poderes sociais e

políticos da comunidade, canalizaram suas riquezas para um mundo hedonístico de diversão e luxúria.

Nesta época, *ukiyo* (mundo flutuante) era a designação para o expansivo mundo dos prazeres, do efêmero e da transitoriedade da vida. Novos estilos e formas na arte e na literatura que não eram dirigidos à nobreza, aos samurais ou aos monges passaram a ser criados para atender a demanda desse novo mercado, iniciando um processo de popularização da estética no Japão. Estas atividades artísticas eram dirigidas ao cidadão comum que tinha condições de pagar por um lugar no teatro Kabuki, comprar um livro de autores como Ihara Saikaku (1642 – 1693) ou uma gravura de artista como Utagawa Hiroshige (1797 – 1858). Saikaku, mestre da ficção, escreveu sobre a importância do dinheiro para o cidadão e sobre o amor erótico, dois temas importantes para o *ukiyo*. Hiroshige em sua série de gravuras “Cem vistas famosas de Edo” evocava a vida urbana e a paisagem da cidade de Edo. O novo cenário, desenvolvido por artistas e intelectuais das cidades, representavam um modo de viver com maior ênfase nos prazeres momentâneos cultuados nas pequenas coisas da vida cotidiana.

As gravuras conhecidas como *ukiyo-e* capturavam os registros visuais dos costumes e maneiras (*fūzoku*) desse mundo flutuante representando homens e mulheres das áreas dos prazeres, atores do teatro kabuki, cenas de entretenimentos e paisagens famosas. A vida na cidade de Edo tornou-se efervescente e algumas regiões da cidade foram designadas para o estabelecimento de áreas de recreação e casas de prostituição. Yoshiwara era um dos distritos oficialmente autorizados pelo xogunato e era reconhecido como território *ukiyo*: uma região de prazeres fugazes onde as distinções de classes podiam ser borradas, como por exemplo, samurais, disfarçados com chapéus de peregrinos, compartilhando espaços com comerciantes e demais classes sociais.

Além dos bordéis, o distrito possuía casas de chá, teatros kabuki e restaurantes. Abrigava desde prostitutas de baixo nível até cortesãs do mais alto grau, estas inacessíveis para a maioria do público masculino. Muitas gueixas também eram contratadas para cantar, dançar e entreter clientes nas famosas casas de chá. É nesse cenário que o gênero “*bijinga*” ganhou independência representando gueixas, garçonetes e cortesãs dos bairros dos prazeres, que celebravam o ideal de beleza e feminilidade criados pelo artista para satisfazer a imaginação masculina.

A antropóloga Liza Dalby (1995) relaciona duas idealizações distintas para a feminilidade no período Edo: uma diz respeito às esposas e outra se refere às não-

esposas. O que distinguia a esposa da cortesã era o papel principal da esposa como responsável pela manutenção da família. Para esta finalidade, os atributos esperados para a esposa exemplar eram sensibilidade, habilidade para dar assistência às crianças, frugalidade e obediência. Todos os aspectos românticos da feminilidade recaíam sobre as mulheres de Yoshiwara, que era o quarteirão dos prazeres, um lugar que despertava a fantasia e o desejo masculino. Beleza, inteligência, habilidades artísticas, sofisticação sexual e refinamento faziam parte deste ideal feminino.

O gênero *bijinga* cultuado no período Edo expressava, portanto, o ideal de beleza feminina construída e consumida pelo universo masculino e as cortesãs de Yoshiwara eram as candidatas preferidas para serem representadas pelos artistas desse gênero que alcançou grande popularidade na segunda metade do período Edo. A técnica da xilogravura permitia que uma matriz xilográfica fosse reproduzida relativamente em grande número favorecendo a expansão da cultura de publicação do estilo *bijinga*. As imagens eram utilizadas para promover os bordéis, casas de chá e os festivais que ocorriam em Yoshiwara.

1.4. O enfraquecimento dos feudos

Embora no sistema feudal os camponeses fossem doutrinados para serem submissos e obedientes, a consolidação dos *ikkis* e as diferenças entre vilarejos ricos e pobres fizeram com que inúmeras rebeliões acontecessem em diversos pontos do país, sendo que no período entre 1590 e 1867 foram registrados 2809 distúrbios de camponeses. Entre os motivos para as rebeliões estavam a taxação da produção e a falta de assistência em tempos de desastres naturais ou miséria extrema. O número de participantes nos protestos cresceu no último período do regime Tokugawa, tornando-se mais um dos sintomas indicativos do enfraquecimento da estrutura feudal.

A superação do modelo de governar baseado na centralização do poder e em conceitos artificiais de obediência, decoro e decência do Xogunato Tokugawa foi se tornando cada vez mais próxima, às vezes por meio das próprias orientações governamentais, como por exemplo, através do incentivo aos estudos dos clássicos confucianos. Todos os samurais eram educados nesses conceitos e tinham a responsabilidade de instruir as pessoas da comunidade sobre os princípios morais da doutrina, garantindo a obediência e a lealdade dos serviçais em nome da justiça.

Oficializada pelo Xogunato, a tradicional linha neoconfucionista propagada pelo pensador Chu Hsi (Zhu Xi, 1130 – 1200) durante a dinastia Song na China (960 – 1279), professava que os governantes seriam agentes do céu, mediando os conceitos de Confúcio (Hane, 2013: 46). Por este motivo, a maioria das pesquisas acadêmicas era feita por estudiosos desses conceitos, surgindo assim novas interpretações e formação de várias escolas, propiciando o questionamento das normas e regulamentos que eram mediados pelo ser humano em nome da filosofia de Confúcio. Com o tempo, os estudiosos dirigiram seus esforços para a análise da história antiga do Japão e sua cultura nativa, lembrando a origem divina do Imperador e a superioridade do povo japonês, fomentando assim as bases para um sentimento pró imperialista em detrimento do regime Xogunato.

Os autores Morgan e Caiger (1997) afirmam que as raízes da modernidade, embora não conscientemente estabelecidas pela administração da Era Edo, estavam presentes como resultado involuntário da política autoritária defendida pelo xogunato, fazendo com que, a partir do século XVII, o feudalismo vigente fosse sofrendo uma profunda transformação em direção ao retorno do Império e ao desenvolvimento do Estado moderno. Mas foi o reestabelecimento das relações diplomáticas e comerciais com o Ocidente, em 1854, o momento decisivo para a história do Japão. Para Hane (2013), o fim da política de isolamento representou o nascimento do Japão como um Estado moderno e sua emergência no cenário mundial.

A chegada, em 1853, dos primeiros navios norte-americanos comandados pelo Comodoro Matthew Perry, provocou uma intensificação das discussões políticas em torno do futuro do país, tensões que culminaram com o restabelecimento das relações comerciais com o Ocidente e, mais tarde, com a restauração do imperialismo e o começo de uma nova era.

2. AS FORÇAS SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO DE MASSA

O período Meiji, conhecido como Restauração Meiji, marcou o início de um acelerado processo de transformações que mudaria a história do Japão, colocando o país como uma das potências do cenário mundial. Com uma linguagem tradicional imperialista que fez o Japão retornar à sua origem divina, mas ciente da superioridade tecnológica do Ocidente, o governo Meiji estabeleceu, de forma consciente, a tarefa de recuperar o atraso científico e industrial adotando como modelo o sistema industrial e capitalista do Ocidente, uma decisão que de forma antagônica, significava uma ruptura decisiva com o passado.

Para atingir seus objetivos os novos líderes políticos iniciaram um processo de reestruturação da sociedade e de suas instituições, tendo como principal objetivo a construção de uma nação rica, sob o slogan “*fukoku kyōhei*”, cujo significado é “enriquecer a nação, fortalecer o exército” (HANE, 2013: 69). As reformas econômicas e sociais foram impostas à sociedade através de leis e decretos, sem a participação da população, uma vez que, como oligarquia, a autoridade permanecia sob responsabilidade de um pequeno número de líderes capitaneados pelo imperador. Como estratégia para atingir o “*fukoku kyōhei*” definido acima, o governo decidiu adotar a ciência e tecnologia ocidental como base para o seu desenvolvimento.

Na economia o desafio do novo regime Meiji era transformar a economia agrária do regime Tokugawa em uma economia baseada na produção industrial. Os líderes japoneses, conhecedores do processo da revolução industrial ocorrida anteriormente no Ocidente, estavam conscientes que para atingir a meta de ser uma “nação rica” era necessário uma rápida industrialização focada no modelo ocidental. A indústria desenvolveu-se rapidamente e o principal componente da economia passou a ser a manufatura têxtil. Em 1900, 70,7% das fábricas eram neste campo e 65% dos trabalhadores eram empregados das indústrias têxteis, sendo a maioria formada pelas trabalhadoras do sexo feminino que recebiam apenas salários suficiente para a subsistência (HANE: 83).

Sakurai (2013: 141) registra datas importantes em que os fundamentos da nova sociedade foram estabelecidos: em 1872, foi decretada a educação compulsória para ambos os sexos. Em 1889, foi promulgada a Constituição do Império do Grande Japão e no ano seguinte, o Editó Imperial da Educação. Este último documento refletia

o objetivo governamental de educar cidadãos para servir à sociedade e ao Estado, formalizando valores conservadores de caráter moralista que promoviam os ideais confucionistas de obediência e de fidelidade ao estado e aos pais. Retomando o mito de origem ³ – “Os nossos ancestrais imperiais fundaram o nosso império...”– fundamentava a importância da educação na continuidade do desenvolvimento do império. O Edito passou a ser lido diariamente em todas as escolas japonesas desde o período Meiji até os anos 1940.

Cinquenta anos após o Edito Imperial, 99% da população estava alfabetizada, contrastando com os registros de 1873, quando os números indicavam 39,9% para os homens e 15,2% para as mulheres (SAKURAI, 2013: 142). Apesar da lei garantir a educação para meninos e meninas, indistintamente como mencionado anteriormente, a frequência por parte das meninas foi baixa até o início do século XX, sendo que a educação das meninas, em sua maior parte, estava limitada ao nível da escola primária.

2.1. O papel da “nova mulher” (*atarashii onna*) no período Meiji

Se por um lado a obrigatoriedade da educação e a industrialização abriam novos caminhos para modificações do papel da mulher na sociedade, por outro, pelo código civil de 1890, revisto em 1898, o governo Meiji legalizou a posição inferior da mulher em relação ao homem, condição anteriormente já preconizada nas leis confucianas, sendo a ela destinado o papel de dona de casa, responsável pelo bem estar da família. Sem direitos políticos, direito à propriedade ou direitos sobre os filhos, as mulheres continuaram a ser discriminadas econômica, política e socialmente.

Desta forma, as mudanças sociais ocorridas no período não tiveram impacto imediato em relação ao papel da mulher na sociedade. Legalmente, politicamente e socialmente elas continuaram a ser consideradas como eram durante o regime feudal. Um exemplo da diferença de tratamento pode ser observado em uma orientação governamental do período Meiji que, em 1871, encorajava o corte de cabelo ocidental para os samurais. A maioria dos samurais seguiu o exemplo do Imperador eliminando o tradicional penteado que os caracterizava. Entretanto, quando um grupo de mulheres em Tóquio decidiu por conta própria cortar os cabelos de modo diferente do tradicional o governo reagiu e, em 1872, proibiu o cabelo curto para mulheres, alegando que com

³ A mitologia japonesa explica como o mundo foi criado e a origem e a condição divina dos imperadores japoneses. (SAKURAI: 49)

o novo corte feminino “a essência da beleza da mulher poderia ser destruída” (SATO, 2003: 53). O que era visto como símbolo de civilização, que era encorajado em nome da modernidade, era limitado ao homem pois alterações na aparência física feminina sugeriam quebras no comportamento e poderiam resultar em tensões sociais, conclui Sato.

Embora com a continuidade das regras sociais que enfatizavam a superioridade masculina, as mulheres foram consideradas necessárias ao projeto de modernização do país, uma vez que as mães deveriam ser educadas para poderem ajudar seus filhos nas lições escolares e no aprendizado dos atributos patrióticos. Em 1899 o Ministro da Educação institucionalizou e fixou como meta do ensino médio para meninas a formação de “boas esposas e mães sábias”. O documento defendia ainda que “maneiras elegantes e refinadas, docilidade e modéstia” eram qualidades que deveriam ser promovidas durante o ensino médio.

Com ênfase nas artes domésticas e poucos cursos de matemática, ciências ou línguas estrangeiras, os currículos eram especialmente formulados para o alcance do direcionamento governamental. Nesse cenário, o ideal de feminilidade traduzido pela expressão “*ryōsai kenbo*” (boa esposa, mãe sábia), destinava à mulher a responsabilidade pela harmonia do lar e pela educação dos filhos. O governo Meiji depositava na postura da mulher uma importante estratégia para a criação do novo cidadão, dedicado à nação e leal ao imperador. Com este direcionamento o governo dava legitimidade às funções exercidas pela dona de casa japonesa.

Confinada ao lar, a mulher tinha como missão principal educar os futuros cidadãos japoneses. As imagens da época representavam uma mulher que embora dentro dos novos padrões de moda e feminilidade, se apresentava nostálgica, expressando a integridade da cultura japonesa no que diz respeito à tradição da mulher como esposa, filha e mãe dedicada. A historiadora Barbara Sato (2003) destaca as características de ternura, particularmente dócil e orientada para família que identificavam essa “nova mulher japonesa”. O próprio código civil Meiji ao legalizar o sistema familiar patriarcal direcionava o olhar japonês para imagens que amparavam o estereótipo feminino representado pela ternura e submissão.

Apesar das limitações, algumas mulheres lutaram politicamente pela igualdade de direitos com os homens, participando de discussões e de comícios. Kishida Toshiko e Fukuda Hideko promoviam discursos evocando igualdade política e de direitos legais com os homens, lutavam por educação e igualdade na relação

familiar. A contrapartida governamental foi a proibição, em 1882, da participação feminina em discursos políticos. Mais tarde, em 1890, o impedimento atingiu a participação em partidos políticos e até mesmo a presença de mulheres como ouvintes nas assembleias do Parlamento. Segundo Gordon (2014: 89), ao mesmo tempo em que o governo promovia as mudanças dirigidas à modernização do país, investia no gerenciamento e controle dos efeitos dessas mudanças:

O medo em permitir que as mulheres transgredissem limites estreitos de lugar e de comportamento adequado permaneceu poderoso. O reformismo ambivalente do governo foi particularmente forte quando se tratava de definir papéis apropriados para as mulheres em domínios tão pessoais como estilos de penteado e tão político como a participação em comícios públicos. (tradução livre)

Em apenas três décadas, de 1860 até 1890, a economia japonesa emergiu como um importante competidor. Liderada pela indústria têxtil, a economia decolou e continuou crescendo no início do novo século, conquistando posição de destaque entre as grandes potências do mundo. Principalmente após as vitórias nas guerras Sino-Japonesa (1894 – 95) e Russo-Japonesa (1904 – 5) o Japão conquistou tratamento de igualdade entre as grandes forças mundiais. Apesar do sucesso alcançado, as condições de trabalho daqueles que representavam a força de trabalho não eram adequadas. Gordon (2014) informa que mais de quatro em cada cinco trabalhadores têxteis eram mulheres e eram elas que sofriam pior tratamento. Normalmente moravam em alojamentos nas próprias empresas e eram trancadas à noite; trabalhavam de 12 a 14 horas por dia e seus salários eram 50 a 70% menores do que aqueles pagos aos homens da mesma indústria.

Por outro lado, os distritos destinados aos bordéis continuaram a existir e prosperar na maioria das cidades. Conforme Gordon (2014), tirando a indústria têxtil, a indústria do sexo era a responsável pelo maior número de “empregos” para mulheres no final do século XIX. A prostituição era legalizada e os bordéis eram licenciados e regulados pelo Estado. Segundo o autor, na virada do século cerca de 50.000 prostitutas licenciadas trabalhavam no Japão. Embora tivessem salários relativamente altos se comparados aos recebidos pelas trabalhadoras das fábricas, os custos eram também altos em termos de saúde, dignidade e perda de liberdade. As cortesãs tinham cotas diárias de clientes e se elas não conseguissem cumprir eram responsabilizadas

por meio de pesadas multas. Era comum que essas mulheres ficassem em estado de débito permanente como se fossem escravas.

2.2. A formação da cultura de massa e de consumo no Japão

Três eventos simbólicos do período Taishō (1912 – 1926) marcaram a entrada da população como uma força que não podia ser ignorada pelos governantes japoneses (FUJITAKE, 2007, tradução livre):

- A primeira campanha de defesa do Constitucionalismo em 1913.
- O estabelecimento em 1912 da primeira organização de trabalhadores no Japão (*Yūaikai*).
- A série de rebeliões, conhecidas como “Revolta do arroz” que a partir de 1918 lutavam por menores preços para o produto, espelhando a enorme desigualdade social.

Nesta fase, os canais institucionais de representação popular eram limitados e acompanhados por uma série de restrições ao agrupamento de pessoas em assembleias, associações ou discursos. Segundo Fujitake (2007), em função do potencial explosivo dos eventos citados anteriormente, os governantes sentiram a necessidade de manipulação da opinião pública e o povo emergiu como “o portador” da cultura de massa, passando a influenciar, ainda que indiretamente, o curso da política no Japão.

Fujitake (2007) salienta que a formação da cultura de massa no Japão foi caracterizada não só pela participação do povo como novo campo de força na vida política e social, mas também pelo crescimento do capitalismo e pelas crises econômicas que se seguiram em função da primeira guerra e do grande terremoto de 1923. A participação do Japão na Primeira Guerra Mundial, em 1914, atuando na retaguarda de suprimentos, impulsionou a economia e o desenvolvimento do capitalismo japonês. Embora esta fase economicamente positiva tenha sido seguida por um período de depressão pós-guerra, ficou claro para os governantes que o capital seria o foco central e orientador do desenvolvimento social do país.

Ao mesmo tempo, o intercâmbio com o exterior permitiu a introdução de novas técnicas de impressão, como a prensa rotativa, que garantiu a produção de

jornais e revistas em grande escala, atuando como dispositivo tecnológico no desenvolvimento da cultura de massa. Essas inovações e o desenvolvimento das estradas de ferro permitiram a produção de uma cultura mais barata e com facilidade de distribuição para todo o país. Weisenfeld (2000) destaca que a publicação em massa, os meios de comunicação e entretenimentos de massa que os pesquisadores identificam como “indústria cultural” (*bunka sangyō*) moderna contou com a participação destas novas tecnologias. A autora registra também que a massificação (*taishūka*) da cultura japonesa beneficiou-se da implementação da educação obrigatória a partir de 1872 que aumentou significativamente o público consumidor alfabetizado, permitindo ultrapassar as barreiras da elite social.

A partir de 1914 o Japão alcançou um período de intenso crescimento. Segundo Silverberg (2009: 21), entre 1914 e 1919, o número de trabalhadores em fábricas cresceu de 948.000 para 1,7 milhões, e em 1920 a estimativa era que 18% da população vivia em áreas urbanas. Com períodos intercalados de crescimento e declínio em sua economia, é importante destacar que a cultura de consumo não era restrita à classe média, todos podiam consumir de acordo com a sua renda. Como exemplo, a autora registra que com o valor de um iene uma pessoa poderia ir ao cinema, jantar, tomar sakê e pegar o trem de volta para casa. Entre 1919 e 1922, houve um salto no padrão de vida: os salários reais subiram, e o nível de consumo aumentou 160%.

Silverberg revela que a ideologia do Estado e a política governamental incentivavam o nascimento do sujeito consumidor criando elos entre o Estado e a produção cultural. Toda cultura de massa estava interconectada: da habitação ao vestuário, jornais, revistas, livros, cinema, indústria fonográfica e casas de espetáculos. Depois da Primeira Guerra Mundial, consumo e produção foram racionalizados através das lojas de departamento que ofereciam bens de consumo, cinema e cafeterias que tornaram-se a atividade de lazer da família. As lojas de departamento, como Shirokiya, Takashimaya, Matsuya, Sogō e Mitsukoshi, eram instaladas convenientemente ao lado dos terminais ferroviários e mesmo aqueles que não podiam adquirir bens de consumo, podiam passear pelas lojas e assistir aos filmes nos cinemas.

O terremoto Kantō, de 1923, um dos mais devastadores da história do Japão, gerou grande impacto modificando a paisagem do país. Fujitake (2007) informa que cerca de 135.000 casas foram destruídas ou danificadas pelo fogo, matando mais de 90.000 pessoas e lembrando aos japoneses a importância da natureza, cujo controle da

sua força destruidora está fora do alcance do ser humano. Greiner (2015: 90) informa que o terremoto de 1923 acionou uma extensa documentação nos vários modos de representação visual: gravuras, pinturas, fotografias e cinema. A autora registra que as representações visuais dos grandes desastres ocupam um lugar privilegiado na arte japonesa, sugerindo frequentemente a catástrofe como um possível recomeço. No caso do terremoto de 1923, Greiner (2015: 92) informa que apesar de todas as dificuldades, as catástrofes acabaram acionando estes possíveis recomeços, referentes sobretudo às estruturas das grandes cidades, aos novos papéis da mulher moderna, ao surgimento da cultura de massa e dos novos procedimentos de criação artística. A farta documentação visual produzida pelos artistas contemporâneos representava e lembrava a experiência do grande desastre ocasionado pelo terremoto. Jornais e revistas da época tiveram ampla distribuição entre o público japonês, alcançando também a classe trabalhadora.

O desenvolvimento das comunicações por meio dos jornais, revistas, cinema e rádio aliado ao aumento significativo do número de leitores, espectadores e ouvintes foram componentes importantes da expansão do consumo no Japão. Para Silverberg (2009: 23) ainda mais significativo deve ter sido o acesso imediato das imagens das commodities na mídia impressa. Em outras palavras, o consumo das imagens dos objetos, no lugar dos próprios objetos foi central para a cultura moderna japonesa em todo país. Greiner (2015: 92), observa que os fenômenos midiáticos acionaram um fluxo de afecções que instauraram novas leituras do corpo no Japão, tanto no âmbito das grandes cidades, como nas representações que passaram a circular nos primeiros veículos de comunicação de massa. As revistas femininas são um exemplo dessa crescente fonte de imagens e informações que passaram a construir uma nova identidade para a mulher japonesa.

Como uma das fundadoras da revista *Bluestocking* (*Seitō*), Hiratsuka Raichō (1886 – 1971) tinha como propósito oferecer um veículo de divulgação para as mulheres escritoras, abrindo espaços para o desenvolvimento de leituras diferenciadas para o gênero feminino. A revista, escrita, editada e publicada inteiramente por mulheres, recebeu o nome de *Bluestocking* em alusão à *Bluestocking Society*, uma associação informal fundada por mulheres na Inglaterra em meados do século XVIII e que tinha como objetivo a formação de um grupo de estudos literários.

O editorial do primeiro número da revista, em Setembro de 1911, reivindicava os poderes ancestrais da mulher, como descrito por Raichō no manifesto a seguir:

No início, a mulher foi o Sol. Ela era uma pessoa autêntica. Hoje, ela é a lua. Ela vive pelos outros, brilha com a luz dos outros; ela é a lua com o rosto pálido de um inválido. Hoje, Seitō nasceu, foi criada por cérebros e mãos das mulheres japonesas contemporâneas. O que as mulheres fazem hoje apenas incorre o riso de desprezo Devemos restaurar nosso Sol escondido. "Recuperar o nosso Sol escondido e nosso gênio potencial." Este é o nosso grito incessante em direção ao nosso eu interior, o nosso desejo insuprimível e indelével, e o único instinto final de abraçar toda a personalidade. (tradução livre)

Segundo Morioka (1990) esse grupo de escritoras iniciou discussões acaloradas sobre a posição da mulher na sociedade, tornando-se um expoente do movimento de libertação das mulheres. Embora já existissem outras revistas dirigidas ao público feminino, Seitō causou uma maior agitação em função das referências ao feminismo ocidental e por suas reivindicações ao poder feminino ancestral. Nesta época a maioria das revistas femininas era editada por profissionais do sexo masculino e continuava promovendo temas que o público em geral, inclusive do sexo feminino, reconhecia como valores tradicionais e coerentes com a política educacional oficial que atuava no sentido de formar “boas esposas, mães sábias”. Na década de 1920 o maior nível de educação das mulheres e o crescimento de sua participação no mercado de trabalho foram determinantes para o acelerado ritmo de circulação das revistas femininas e para as possibilidades de quebra de paradigmas no que se refere à identidade feminina tradicional. No início da década de 1920 as revistas já eram parte da comunicação de massa, e mais de 180 revistas eram produzidas para audiências que incluía estudantes, trabalhadoras e donas de casa.

Revistas como *Shufu no Tomo* (A Companheira da Dona de Casa), uma das mais influentes revistas femininas, fundada em 1917, apresentava artigos como “recomendações para tornar-se uma esposa modelo”, no qual incentivava a perseverança feminina na busca da vida virtuosa no lar. Muitas mulheres eram complacentes com este tipo de artigo em função da familiaridade com os ensinamentos doutrinados desde a infância e que direcionaram o comportamento feminino. A crescente competição pelas leitoras e o apelo da mídia dirigida às massas promoveu alterações no conteúdo destas publicações, levando os editores a minimizar as

diferenças individuais entre as revistas, mesclando o velho e o novo com temas que cobriam o convencional, as novidades ocidentais e os costumes da vida urbana, tendo sempre o consumismo como intermediário deste diálogo. Sato (2003: 80) defende que estas mudanças não eram apenas uma questão de oposição entre o velho e o novo, mas a fusão entre os dois padrões. A autora afirma que à medida que os editores se esforçavam para aumentar a circulação com a inclusão de novos temas, vinham à tona certas ironias, complexidades e contradições que impossibilitavam a separação entre as convenções enraizadas pela tradição e as novidades dos novos tempos de industrialização, consumo e ocidentalização.

Esta ambivalência pode ser observada no artigo fotográfico da mesma revista, de Fevereiro de 1923, que tinha como propósito demonstrar “a verdadeira maneira de comer a comida ocidental”, apresentando uma mulher de quimono, traje tipicamente oriental, realizando as etapas de uma refeição ao estilo ocidental (SILVERBERG, 2006: 143). No mesmo ano, outro exemplar da revista dedicada aos modelos da costura ocidental ensinava “como fazer um vestido simples para a dona de casa” sugerindo mudanças no modo tradicional de vestir da mulher japonesa. Contrastando com a ideologia oficial que enfatizava a mulher tradicional em suas relações com a família, *Shufu no Tomo* introduzia os costumes ocidentais lançando o modelo da mulher moderna administrando um lar moderno, repleto de novos equipamentos disponíveis para consumo nas lojas de departamentos.

Embora artigos de ordem prática, como cozinha, limpeza, costura e outros afazeres domésticos continuassem nas pautas das revistas, outras seções como os “artigos confessionais” também abriam o caminho para leituras diferenciadas através do contato virtual com outras realidades. Com a seção de divulgação e aconselhamento para cartas escritas pelas próprias leitoras, as revistas femininas tornaram público o ambiente doméstico e propiciaram um novo canal de comunicação. As histórias contadas pelas leitoras, de diferentes localidades e classes sociais, relatavam e discutiam problemas do dia a dia das mulheres e, ao mesmo tempo, encorajavam outras a refletir e pensar sobre soluções diferentes para suas próprias vidas. É importante notar que embora a estratégia de diversificação das revistas femininas tivesse como foco a competitividade e o incremento da circulação e consumo, colaborou com a transformação da função social deste veículo que passou a atuar como coadjuvante no processo de redefinição da identidade de algumas mulheres que puderam vislumbrar e

avaliar diferentes possibilidades, desestabilizando certezas construídas ao longo de suas vidas.

2.3. A arte comercial

O fascínio prometido pela mídia impressa através de suas imagens era um fator mais importante do que a preocupação com o poder de compra dos consumidores. Todos os meios de comunicação, inclusive as casas de espetáculos e os canais de divulgação da ideologia estatal, estavam interconectados com o objetivo de produzir o sujeito consumidor.

Por meio dos novos meios de produção, comunicação e transporte os mercados se multiplicaram solidificando uma fase de grande incentivo ao consumo e à arte comercial. Weisenfeld (2000) situa a emergência da arte comercial no período entre o fim da guerra Russo-Japonesa em 1905 e o começo da guerra com a China em 1931, quando muitas formas de cultura foram sendo massificadas e comodificadas. Embora as disparidades na distribuição de riqueza entre a população ainda fosse grande, o crescimento econômico durante a primeira guerra permitiu a expansão da classe média japonesa estimulando e transformando a economia de lazer e consumo. Por volta da década de 1920, a cultura impressa era universalmente disponível e os leitores eram notificados sobre as novas publicações por intermédio de anúncios em jornais, revistas e pelos livros de custo reduzido, conhecidos como livros de um iene. A circulação de jornais que era de 1.630.000 em 1905, subiu para 6.250.000 de unidades em 1924.

Como descrito por Lipovetsky e Serroy (2015), a sociedade de consumo inaugurada no Ocidente a partir do final do século XIX provocou uma dupla revolução nas modalidades de comercialização e comunicação das mercadorias. A primeira foi a invenção das lojas de departamentos destinadas a escoar os produtos massificados para um grande número de clientes que eram atraídos pela diversidade e encantamento das lojas. A segunda revolução foi a invenção do design, da embalagem e da publicidade modernas. Para os autores essas duas revoluções criaram os dispositivos fundamentais que deram às empresas o poder de formar e modelar o mercado destacando que para o atingimento desses objetivos o processo de sedução estética foi fundamental. Desta forma o conceito de capitalismo artista, elaborados por Lipovetsky e Serroy (2015) se

apresenta como responsável pelo desenvolvimento de mercados estéticos, em que lógicas econômicas se casam com a arte iniciando um processo de estilização do mundo industrial e comercial por meio do design e da decoração das lojas de departamento.

No Japão, processo semelhante também colocou a arte a serviço do comércio nas vitrines e lojas de departamentos com decorações que mostravam seus produtos de forma a atrair os olhos do consumidor. Com a intervenção do design as ruas comerciais eram revestidas com placas publicitárias, cartazes, banners e transformadas em ambientes similares a exposições. Em 1907 a loja de departamentos Mitsukoshi convidou artistas e escritores para analisar as tendências da moda. Anos mais tarde, sob a supervisão da Universidade Waseda, grupos de estudo foram formados com o objetivo de lançar várias publicações sobre o mercado publicitário no Japão.

Segundo Weisenfeld (2000), as transformações urbanas decorrentes da expansão da sociedade de consumo foram estimuladas pelas tendências internacionais de valorização das artes visuais como meios de persuasão na comercialização das novas possibilidades de consumo da sociedade moderna. De acordo com a autora o fenômeno era considerado por vários críticos da época como a artificialização das ruas e sustentou um grande movimento de reconhecimento do design como novo campo profissional artístico. Tradicionalmente considerado no campo artesanal, o design tornou-se uma das principais áreas de atuação artística nas primeiras décadas do século XX.

Hamada Masuji (1892-1938) foi um dos mais importantes teóricos do período e ajudou a lançar o design como prática artística que explícita e assumidamente coloca a estética a serviço do comércio, encarnando formalmente sua função comercial. Hamada comparava, metaforicamente, a arte a uma máquina com um propósito. Desta forma, a arte funcionaria por meio do design e seria manipulada de forma semelhante às calibrações precisas de uma máquina.

Weisenfeld (2000) destaca que Hamada pavimentou o caminho tanto para uma comercialização da estética como para a estetização do comércio. Buscando influenciar os consumidores por meio da manipulação de suas percepções visuais das mercadorias, da vida diária e mesmo do ambiente urbano, Hamada atribuiu à arte comercial (*shōgyō bijutsu*) potencial para promover mudanças sociais por meio de formas e funções inovadoras.

2.4. A desestabilização da imagem feminina: da nova mulher (*atarashii onna*) para a garota moderna (*modan gaaru*)

A desestabilização da imagem da mulher japonesa na modernidade está conectada com o desenvolvimento do consumo e da arte comercial que impulsionaram uma explosão de novas imagens a partir do início do século XX. A busca pela modernização implicava em mudanças contínuas no papel da mulher na sociedade mas, ao mesmo tempo, o mundo masculino lutava para que ela continuasse a mesma, representada pela ternura, docilidade e submissão endossada pelos dispositivos de poder do regime Meiji. A imagem da “nova mulher” (*atarashi onna*) ancorada pelo slogan “boa esposa, mãe sábia”, representante dos valores da família burguesa moderna idealizados pelo governo Meiji, era constantemente ameaçada pelas imagens inéditas de incentivo ao consumo que apresentavam outras possibilidades de vida.

Nas revistas, nos livros, nos cinemas e na publicidade, as mulheres eram representadas como donas de casa (*shūfu*), estudantes (*jogakusei*), garçonetes (*jokyū*), operárias de fábricas (*shokugyō*) e outras profissões inusitadas. Para Sato (2003), a redefinição social e cultural da mulher japonesa estava ligada com a nova cultura de consumo que atuava como intermediária entre as novas alternativas de vida e os desejos materialistas. Empresas como a Shiseido Cosmetic Company, fundada ao estilo ocidental em 1872 no Japão, foi uma das responsáveis por mudanças significativas nos padrões de beleza e gosto da mulher japonesa. Como explica Weisenfeld (2010: 3),

os produtos inovativos e a produção promocional da Shiseido contam uma história diferente sobre a experiência da modernidade no Japão, incluindo o impacto na cultura nacional de mercado de consumo de massa, urbanização e mudanças de papel dos gêneros. (tradução livre)

A nova mulher do período Meiji havia sido recentemente empoderada pelo acesso à educação básica e aos novos campos de trabalho. Para as campanhas promocionais da Shiseido a sua nova posição demandava novos tipos de cosméticos e novas atitudes. As ilustrações dos produtos traziam o modo de fazer os penteados ocidentais e as revistas mensais reforçavam a imagem de beleza ideal construída pela empresa. Com objetivo de também atingir os consumidores de produtos importados, a maioria dos produtos Shiseido apresentavam dois nomes de marca, um japonês e um ocidental em letras romanizadas.

Foi neste contexto que na década de 1920 surgiu a “garota moderna” (*modan gaaru*), uma imagem construída pela mídia e que Silverberg (1991) caracteriza como uma heroína militante que inverteu o papel limitado do padrão “boa esposa, mãe sábia” que lhe fora definido pela ideologia estatal como forma de promover os interesses nacionais.

A imagem da “garota moderna”, concebida pela mídia, apresenta uma jovem deslumbrante, sensual e decadente, consumidora da classe média que por meio de suas roupas ocidentalizadas, seus novos hábitos de beber e fumar em público, transitava pelo espaço urbano no final da década de 1920, ameaçando as noções de gênero sedimentadas na cultura japonesa. Esta “garota moderna” imaginada pelos jornalistas só causou agitação popular em função da cobertura sensacionalista recebida, principalmente por meio das revistas femininas que passaram a incluir artigos e imagens sobre a nova personagem das ruas de Tóquio. Na realidade, de acordo com Sato (2003: 49), em 1925, noventa e nove por cento das mulheres em Ginza, o grande centro de moda em Tóquio, ainda usava o quimono, a vestimenta tradicional da mulher japonesa.

Silverberg (1991) informa que o primeiro documento que faz referência à garota moderna foi publicado em 1924 na revista feminina *Josei*. O autor, Kitazawa Shūichi, descobriu na “garota moderna” uma força de empoderamento apolítico que a permitia exercer sua militância de forma autônoma visando apenas combater as velhas convenções do gênero feminino. O termo “garota moderna”, segundo Silverberg, é creditado a Nii Itaru. Em seu artigo *Contornos da garota moderna* na revista *Fujin Kōron*, 1925, Nii definia essa jovem japonesa como alguém muito animada mas apaixonada pelo duplo sentido de suas ações, deixando transparecer uma personalidade provocante e erótica que fazia parte de um processo de mudança na busca de libertação e liberdade de expressão. Mas Nii não deixava claro ao leitor se esta jovem deveria ser enaltecida como um emblema proletário de possibilidades revolucionárias ou considerada como expressão de uma classe decadente pertencente ao estrato mais favorecido da sociedade.

Essa ambiguidade proposta por Nii em seu artigo impulsionou a imaginação do jornalismo de massa que buscou desenvolver questionamentos sobre quem seria a “garota moderna”, abrindo espaço para discussões sobre seu corpo, suas roupas, corte de cabelo e, principalmente, sua sexualidade. Silverberg (1991) informa que em muitos documentos da época, como na dissertação de Kataoka Teppei (*As pernas da Mulher*),

as abordagens dos autores destacavam o lado promíscuo da “garota moderna”. Por outro lado, artigos como *Estranha castidade*, da crítica e jornalista feminista Kitamura Kaneko, defendiam a “garota moderna” e negavam sua identificação como transgressora sexual. Muitos artistas, intelectuais e feministas se engajaram nessa discussão, conhecida como “a questão da mulher”, na tentativa de definir o papel da mulher na esfera pública e privada no contexto da crescente modernização.

O esforço da mídia para conceituar a “garota moderna” estava diretamente relacionado com as mudanças na sociedade moderna e com a reconstrução do gênero feminino. Em um outro ensaio com o título *Educação do homem e educação da mulher*, também citado por Silverberg (1991), o autor Kiyoshi Kiyosawa afirma que a diferenciação de gênero no Japão na década de 1920 começa desde o nascimento, quando a menina recebe um quimono rosa e o menino um quimono decorado com imagens do mítico “menino pêssego”⁴, expressando um futuro heroico ao descendente do sexo masculino. Nessa época, meninos e meninas eram educados para sociedades diferentes, como se pertencessem a raças distintas, criadas separadamente e vivenciando padrões morais diferenciados.

Os questionamentos sobre o papel da mulher japonesa na sociedade moderna da década de 1920 se acirraram com a entrada da mulher casada no mercado de trabalho. O fim da guerra e a catástrofe gerada pelo terremoto Kantō de 1923 provocaram uma desaceleração na economia e, por necessidades econômicas, um crescente número de mulheres ingressou no mercado de trabalho. Não eram apenas as filhas de pessoas pobres da área rural, eram também as esposas e filhas dos habitantes da classe média urbana do Japão. Esse movimento causou uma grande ansiedade sobre o futuro da família tradicional japonesa e sobre o papel da mulher na sociedade. O poder aquisitivo alcançado pela mulher por meio de seu trabalho fora do ambiente doméstico, desafiava a ideologia estatal que lhe negava direitos legais e políticos na sociedade.

As mudanças na vida familiar resultantes dos novos papéis econômicos assumidos pela mulher propiciaram a negação das responsabilidades cívicas que lhe foram impostas pelo Estado. O deslocamento do termo “briga entre marido e mulher”

⁴ O “menino pêssego” refere-se à lenda do Momotarō, popular herói do folclore japonês. Nesta narrativa uma criança foi encontrada por uma mulher dentro de um grande pêssego que flutuava no rio. Esta criança teria sido enviada pelo Céu para ser o filho do casal e recebera o nome de Momotarō. Anos mais tarde, com a ajuda de seus amigos animais, ele teria salvado a ilha de demônios e ogros que pretendiam fazer mal aos moradores da ilha.

(*fūfu-genka*) para o mais sugestivo “conflito familiar” (*katei sōgi*) indica que na década de 1920 a realidade familiar desmentia a ideologia proposta pelo governo (Silverberg, 1991). No mesmo período surgiram numerosas organizações políticas femininas como a liberal “Nova Associação de Mulheres” (*Shin Fujin Kyōkai*) em 1919 e a “Sociedade da Onda Vermelha” (*Sekirankai*), a primeira organização socialista feminina japonesa em 1921. No mesmo ano, a proibição do direito da mulher participar de encontros políticos foi extinta e muitas associações de trabalhadoras foram criadas, promovendo a participação ativa das mulheres nas lutas por melhores condições de trabalho.

A “garota moderna” tornou-se um símbolo da ameaça à tradição, desestabilizando a imagem da “boa esposa, mãe sábia” que permanecia espelhada na “nova mulher”, aquela que sempre demonstrava sua resiliência e complacência aos ensinamentos doutrinados desde a sua infância, direcionando o comportamento feminino no Japão. Mas a “garota moderna” ultrapassou as barreiras que lhe haviam sido impostas e com sua aparição representou a primeira voz de resistência feminina ao determinismo biológico arraigado ao gênero em seu país. Distante da imagem construída pela mídia, na verdade, ela era a dona de casa, a estudante, a garçonete, a operária de fábrica, a secretária e demais mulheres que trabalhavam fora do lar (*shokugyō fujin*), que por meio da participação em novos campos profissionais e pelo ativismo político desafiavam a hegemonia da família patriarcal, invertendo o papel “boa esposa, mãe sábia” que lhe fora destinado.

A mídia demonstrava o enorme fascínio das mercadorias por meio dos jornais e revistas que alcançavam grande circulação nacional mas ao mesmo tempo, trazia mudanças na consciência feminina e no conceito de gênero que era discutido amplamente nas revistas da época. É importante lembrar que mesmo com a abundância de imagens das garotas de cabelos curtos cacheados e roupas ocidentais, em 1924 noventa e nove por cento das mulheres que circulavam pelo distrito de Ginza, em Tóquio, ainda usavam quimono. Sato (2003: 49) questiona:

Onde estava a “garota moderna”? Em 1925 os aspectos elegantes do consumo eram visíveis em todo lugar, mas a multiplicação do imaginário da “garota moderna” é revelado pela discrepância. O que fez da “garota moderna” um símbolo poderoso não foi sua pequena representação percentual como “mulher real” mas o que ela representava como possibilidades do que todas as mulheres poderiam ser. (tradução livre)

3. A IMAGEM FEMININA NA CULTURA VISUAL

Eu não acredito que o tema das pinturas de *bijinga*⁵ deva estar limitado a mulheres jovens, bonitas e elegantes. Cada pintura é influenciada pelas condições e costumes sociais da época que ajudam a criar uma atmosfera da vida cotidiana das mulheres. Minha *bijinga* favorita é a que representa mulheres nos dizendo algumas histórias e foram pintadas nas eras Meiji, Taishō e Shōwa, antes da guerra (a partir de meados do século XIX e o início do século XX). Acredito que essas obras de arte são os únicos meios de conhecimento sobre os tempos passados. (FUKUTOMI, 2009: 258, tradução livre)

Embora a fascinação com outras culturas já estivesse presente no Japão desde os primórdios da cultura japonesa quando a contribuição chinesa se fazia presente e mais tarde com relacionamentos com o Ocidente⁶, a intensificação dos contatos decorrentes da abertura do Japão ao Ocidente em 1868 e o fim do Xogunato contribuíram para o surgimento de novas forças artísticas e culturais que atuaram diretamente no desenvolvimento da arte japonesa.

A questão do patrocínio, por exemplo, impulsionou a criação individual com artistas voltados para a representação de sua própria visão do mundo. Até 1870 muitos profissionais da arte pertenciam e eram vistos como parte de um grupo ou escolas de arte que lhes proporcionavam reputação e fama em troca de fidelidade aos seus direcionamentos artísticos. A transferência do suporte financeiro, antes proveniente da elite militar, para o Estado, para os ricos comerciantes e outros que financeiramente passaram a constituir a classe média japonesa, contribuiu para o estabelecimento de novas estruturas de apoio aos artistas. Organizações como museus, galerias e exposições de arte passaram a fazer parte do círculo de interesses da nova elite japonesa sustentando a criação artística individual.

Por outro lado, no período inicial Meiji a modernização protagonizada pelo governo demandava ocidentalização. O novo regime em consonância com seu firme propósito de construção de uma nação moderna passou a influenciar a produção artística, valorizando as novidades oriundas do Ocidente. Até o início do século XIX os artistas só tinham acesso aos métodos ocidentais de pintura, como a perspectiva linear,

⁵ *Bijinga*: literalmente, pintura de mulher bonita. Nome dado ao gênero de representação feminina na arte japonesa.

⁶ Contatos comerciais e com missionários portugueses no século XVI e, após o fechamento dos portos na primeira metade do século XVII, por intermédio dos holandeses, únicos europeus autorizados a permanecer em Nagasaki.

por meio dos livros importados da Holanda, China e Coreia. Como nos primeiros anos da era Meiji os líderes japoneses não consideraram a arte ocidental como ameaça à sua tradição, nas décadas de 1870 e 1880, muitos artistas receberam apoio governamental para o desenvolvimento do estilo ocidental de pintura, o *Yōga* que fazia parte da reforma educacional do novo regime Meiji. Em 1876 foi fundada a Escola de Arte Técnica (Kōbu Bijutsu Gakkō), criada e patrocinada pelo governo, oferecia treinamento nas técnicas de escultura e pintura ocidental, tendo como professor responsável pelos ensinamento de pintura Antonio Fontanesi (1812 – 1882), professor de pintura da Royal Academy em Turin e pintor de paisagem da Escola Barbizon. Além das técnicas ocidentais o currículo incluía inovações como desenhos de nudez e admissão de mulheres em suas aulas, o que representava um grande salto em relação à tradição acadêmica na pintura. Muitos artistas foram para Paris aprender nos ateliês dos mestres europeus os métodos ocidentais de pintura. É importante destacar que embora as gravuras *ukiyo-e* fossem reconhecidas como “arte” no Ocidente, no Japão as xilogravuras eram prioritariamente vistas como meios de comunicação atuantes em diversas áreas como na educação, informação, entretenimentos e também como representações de fruição artística.

A abertura dos portos japoneses ao comércio exterior modificou parcialmente esse cenário ao constatar um grande entusiasmo pelas gravuras *ukiyo-e* na Europa, aumentando a demanda pelas tradicionais gravuras. Colecionadores europeus admiravam o mundo inusitado sugerido pelas gravuras, com suas cores fortes e designs surpreendentes. A valorização da arte japonesa no Ocidente colocou em xeque a busca incessante pelo domínio das técnicas ocidentais de arte. O crescimento do impressionismo, da *art nouveau* e, mais tarde, do pós impressionismo na Europa e a conscientização de que a arte tradicional japonesa tinha exercido influência sobre a visualidade ocidental daqueles movimentos contribuiu para uma reflexão sobre os rumos da arte no Japão.

A partir dos anos 1880 surgia uma tendência à busca pela cultura tradicional japonesa, contrapondo a invasão cultural do Ocidente. Nessa época, o Japão se viu diante de um dilema: assumir a incorporação da educação artística europeia com as modernizações tecnológicas correspondentes ou reorganizar a produção artística como forma de garantir a sua cultura. Um americano entusiasta da arte japonesa, Ernest Fenollosa (1853 – 1908), enfatizava a importância da tradicional pintura japonesa, questionando a demasiada valorização da arte ocidental. Fenollosa e Okakura Tenshin

(1862-1913), fundador da Escola de Belas Artes de Tóquio, fundada em 1889, são os dois nomes mais importantes desta primeira fase de discussão e elaboração de uma suposta estética asiática. Nesta escola, até 1896, apenas cursos de artes tradicionais, como *nihonga*, ourivesaria e escultura em marfim eram oferecidos aos alunos. Fenollosa fazia discursos e conferências para o público japonês promovendo a arte tradicional daquele país.

A busca por um estilo japonês de arte fundamentado pelo retorno às técnicas tradicionais das antigas Escolas Kano e Tosa, surgidas no período Muromachi (1333 – 1568), incorporou conhecimentos da pintura ocidental como a perspectiva linear, o claro-escuro e o realismo dando origem a um novo estilo de *nihonga*, que passou a competir com o *Yōga*, estilo ocidental de pintura.

Essa polaridade entre o nacional e o internacional na arte refletia uma reação social e política do país diante do anseio indiscriminado pela ocidentalização. Segundo o historiador Thomas Rimmer (2012: 7), a crescente conscientização da elite política sobre a situação da maioria dos países vizinhos que estavam sendo colonizados pelas potências ocidentais, provocou uma busca pela essência da cultura japonesa tradicional por meio de um esforço para refrear o movimento contínuo de ocidentalização presente no início do período Meiji. Nas artes visuais, Rimmer cita como exemplo o fechamento em 1883 da divisão de arte ocidental da Escola de Arte Técnica, menos de uma década após sua fundação.

No mesmo sentido, a exposição competitiva anual de arte, inaugurada em 1907 pelo Ministro da Educação, conhecida como *Buten (Monbushō Bijutsu Tenrankai)*, promovia exposições de *Nihonga* e *Yōga* em salas separadas, com normas de julgamento diferenciadas para cada estilo. Essas exposições contavam com grande interesse do público e dos jornalistas. Assim, enquanto alguns artistas escolheram preservar as técnicas e temas tradicionais da pintura japonesa, outros preferiram adotar as novidades introduzidas pelos intercâmbios com o Ocidente, como a tinta à óleo e a perspectiva de ponto único. Para o governo a exposição era uma forma de, ao mesmo tempo, apresentar a riqueza da tradicional pintura japonesa e demonstrar sua assimilação com o Ocidente através da arte. Entretanto essas distinções foram sendo incorporadas mutuamente e, como explica Rimmer (2012: 6):

mesmo aquelas obras de arte criadas com princípios clássicos em mente, no entanto, revelaram a crescente presença de poderosas

influências do exemplo ocidental. Nesse sentido, as artes visuais japonesas gradualmente tornaram-se parte de um mundo maior, seja aquele mundo voluntariamente abraçado ou mesmo parcialmente rejeitado. As bases tinham mudado. (tradução livre)

No que diz respeito às gravuras, a exigência de maior eficiência da produção pelo mercado publicitário e o surgimento das imagens fotográficas prejudicaram a competitividade interna das gravuras Ukiyo-e, abrindo espaço para novas formas de impressão com a introdução de novas técnicas como a litogravura⁷ e a gravura em metal. Na xilogravura, a busca por revitalização contínua para falar da contemporaneidade deu origem em 1915 ao movimento *Shin-hanga* (nova gravura), tendo como pioneiro o editor Watanabe Shōzaburō (1885-1962). *Shin-hanga* era visto como o renascimento das gravuras *ukiyo-e*. Embora com o mesmo sistema de impressão das antigas estampas, os artistas apresentavam em seus trabalhos as influências da pintura ocidental.

Segundo Brown (2011), a imagem *bijinga* formava a base do novo gênero representando a “nova mulher”, resultado da colisão entre o realismo ocidental e a imagem tradicional do gênero *bijinga*. Apresentavam uma mulher dissociada daquela imagem destinada ao consumo masculino propagada no período Tokugawa, mas ao mesmo tempo, traziam certa familiaridade icônica com a tradição, indicando uma proposta de continuidade cultural mas com possibilidades de adaptações ao mundo moderno.

A representação dos usos e costumes tornaram-se mais importante que a idealização da beleza da mulher, embora elementos do tradicional estereótipo feminino permanecessem visíveis nas reinterpretações dos artistas do movimento. A mulher representada pelo movimento *shin-hanga* não aparece em atividades como limpeza da casa, trabalhando ou participando de atividades em grupos. O foco da *bijinga* do *shin-hanga* é a mulher admirando as mudanças de estação do ano, cuidando de seu corpo na intimidade ou exercendo atividades de lazer (NEWLAND, 33-183). Na verdade, apenas uma pequena parte da vida diária da mulher é representada.

Em oposição ao *shin-hanga* surgiu o movimento *sōsaku-hanga* (gravura criativa), que se distinguia das antigas gravuras *ukiyo-e* pelo método de execução, realizado integralmente pelo artista, inclusive o entalhe do suporte de madeira e a

⁷ Impressão que utiliza como matriz a pedra calcária. A gravura em pedra é baseada no princípio químico de que água e óleo não se misturam.

impressão. Este procedimento permitia maior identidade ao artista por seu envolvimento com as características do suporte, explorando suas limitações e possibilidades. O movimento *sōsaku-hanga* foi criado por Yamamoto Kanae (1882 – 1946), reconhecido como responsável pelo nascimento da gravura moderna japonesa (SULLIVAN, 1997).

Com a modernização das técnicas de impressão e a popularização das revistas femininas, muito dos artistas que antes se dedicavam às tradicionais gravuras *ukiyo-e* do período Edo passaram a centrar seus esforços nas ilustrações, conhecidas como *kuchi-e*, criadas para produção em larga escala de capas de livros, romances e revistas populares. As gravuras *kuchi-e* foram produzidas a partir de 1890. Para a impressão dos blocos de madeira, a técnica utilizada era o *nishiki-e*, impressão multicolorida criada no final do século XVIII e utilizadas nas gravuras *ukiyo-e* daquela época. As análises dessas imagens proporcionam a observação de aspectos da vida cotidiana e nos fornecem dicas de como as mulheres queriam ser vistas por meio das capas de revistas e romances.

Além das capas de livros, revistas e ilustrações, a difusão em larga escala do imaginário feminino por meio das artes gráficas também contava com a publicação de cartões postais e cartazes de divulgação. Os cartazes eram as novas comunicações visuais e sua existência estava estreitamente ligada com o mundo comercial emergente. Com o lançamento de diversos cartazes a partir do final da era Meiji, a imagem representando a *bijinga* alcançou distribuição inusitada e generalizada.

Em todos os movimentos artísticos que deram continuidade ao gênero *bijinga* e que propiciaram a documentação visual das transformações da mulher no período de implantação da modernidade no Japão, nota-se a manutenção da tradição na busca de uma essência da cultura japonesa e, ao mesmo tempo, indicações de um presente idealizado, quase sempre distante da realidade vivida pelos modelos femininos.

Homi Bhaba (1998) no contexto de discussão sobre a relação entre colonizado/colonizador analisa o conceito de estereótipo nos estudos sobre a construção do discurso de poder que envolve a superioridade de um povo sobre o outro. Segundo Bhabha (1998: 105) o estereótipo opera “como uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre “no lugar”, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido...”. Desse modo, atua no sentido de reconhecer e recusar a diferença em um processo de ambivalência central para o estereótipo, uma via de mão dupla que garante sua repetibilidade em conjunturas

históricas e discursivas mutantes e embasa suas estratégias de individuação e marginalização. Deslocar o conceito de estereótipo de Bhabha para as relações de poder que construíram a imagem feminina no período moderno permite uma aproximação com a proposta da imagem *bijinga* como estereótipo nas narrativas visuais do período de implantação da modernidade no Japão. Atuando no sentido de reconhecer e de recusar a diferença, as imagens representam um processo de ambivalência em que o estereótipo, conforme definido por Bhabha (1998: 105) “vacila entre o que está sempre no lugar, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido...”.

3.1. O estilo *bijinga* tradicional

Como explicamos anteriormente, a Escola *Ukiyo-e* que surgiu no final do século XVII herdou a tradição de representação da figura feminina e a considerou como um de seus mais importantes temas. As gravuras e pinturas que desenvolveram esta temática, conhecidas como *bijinga*, conquistaram grande aceitação popular e estabeleceram-se como categoria durante o período Edo representando principalmente cortesãs e gueixas dos quarteirões dos prazeres. É importante ressaltar que este crescimento coincidiu com o período em que a mulher era socialmente oprimida, considerada inferior ao homem e algumas vezes comoditizadas como objetos de consumo masculino. Na figura 1, *Yuna (Service Women in Bathhouse)*, de autoria anônima, o artista representa mulheres que serviam casas de banho público em que as profissionais, conhecidas como “*Yuna*”, eram encarregadas de auxiliar os clientes durante o banho. Os editores promoviam os caros prazeres de Yoshiwara divulgando as cortesãs e as casas que as empregavam. Numerosas gravuras com os retratos das cortesãs eram posicionados em frente aos estabelecimentos como forma de atrair clientes. Eles também encomendavam as imagens da *bijinga* para os tradicionais leques japoneses que eram vendidos ou distribuídos como lembranças aos clientes. No início do século XVIII apenas cortesãs, gueixas e garçonetes eram elegíveis como modelos de belezas a serem representadas. Por meio das gravuras a imagem da *bijinga* foi disseminada por toda a sociedade permitindo o acesso para pessoas que nunca teriam a oportunidade de visitar o quarteirão dos prazeres ou mesmo manter um encontro com uma cortesã.

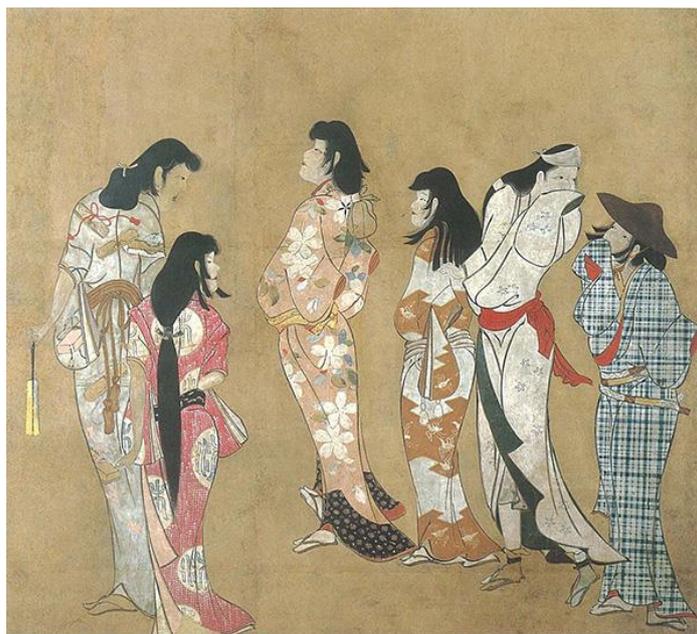


Figura 1: Artista anônimo. *Yuna (Service Women in Bathhouse)*, período Edo, século XVII.

Kitagawa Utamaro representou todos os tipos de mulheres no período Edo, desde a elite das cortesãs, gueixas e garçonetes até as donas de casa, proporcionando um conjunto completo das belezas femininas no Japão. Sua *bijinga* representava mulheres de todas as cenas cotidianas, destacando em suas obras a elegância, sensualidade e maneiras refinadas de seus modelos, idealizando mulheres altas e magras, de proporções distorcidas, pescoço longo e ombros delicados. Na série *The Twelve Hours of the 'Green Houses'*, Utamaro apresenta o ciclo de um dia na vida de uma cortesã de Yoshiwara. “Green Houses” fazia referência aos quarteirão dos prazeres de Yoshiwara. Em uma obra composta por doze grandes gravuras Utamaro ilustra episódios em que sua modelo aparece fazendo a maquiagem, o penteado ou se preparando para a chegada ou saída de seus clientes. Para registro do tempo Utamaro utilizou o relógio de doze horas do zodíaco. Cada gravura apresenta uma caixa na parede que contém o relógio com a hora zodiacal correspondente e ao centro flores que indicam uma das quatro estações do ano.

Em uma das gravuras da série, *House of Snake* (figura 2), Utamaro representa o início do ciclo, retratando uma cortesã que acaba de sair do banho. Nesta gravura a cortesã aparece de pé com seu quimono levemente caído sobre os ombros, deixando à mostra parte do seu busto esquerdo enquanto com a mão direita ela enxuga sua orelha com a ponta do quimono. Seus cabelos negros estão penteados de modo tradicional e

uma faixa branca aparece amarrada na frente, deixando uma pequena mecha escapar no lado esquerdo de seu rosto. Sua assistente (*Kamuro*) veste um lindo quimono com desenho de pássaros e, ajoelhada diante dela, lhe oferece uma xícara de chá. Ambas as mulheres, vestidas com quimonos de padronagens distintas, olham para o lado esquerdo da composição como se estivessem interagindo com uma terceira pessoa fora do campo de visão do espectador.



Figura 2: Kitagawa Utamaro. *The Hour of the Snake*, da série *Twelve Hours in the Yoshiwara*, 1794. Xilogravura.

Na gravura seguinte, *Two Beauties: One Holding a Pipe, the Other a Round Fan*, (figura 3) Utamaro utiliza detalhes sutis para diferenciar as duas mulheres. A mais

velha é reconhecida não só pelo padrão mais simples de seu quimono mas também por suas sobrancelhas raspadas e seus dentes escurecidos (*ohaguro*), recursos amplamente utilizados pelas mulheres casadas. Este líquido feito a partir da dissolução de limalha de ferro em vinagre e misturado com taninos vegetais era aplicado nos dentes e, além de ser um sinal de beleza, também tinha a vantagem de servir como selante para proteger os dentes. *Ohaguro* foi proibido a partir de 1870 como parte do programa de modernização após a Restauração Meiji.



Figura 3: Kitagawa Utamaro. *Two Beauties: One Holding a Pipe, the Other a Round Fan*, 1797. Xilogravura.

Apesar da íntima relação de Utamaro com os personagens do quarteirão dos prazeres, na gravura *Vulgarly Called the Wanton* (figura 4), da série *A Parent's*

Moralizing Spectacles, o artista demonstra sua intenção de dissuadir comportamentos inadequados, não compatíveis com o padrão de comportamento esperado para uma mulher japonesa. A inscrição no centro superior da gravura descreve a personagem como alguém completamente sem decoro e que demonstra prazer em ostentar sua falta de controle⁸. Destacam-se também nesta imagem a presença do óculos, no canto superior direito acima e a taça em que a mulher bebe sakê, dois produtos importados que chegaram ao Japão por meio das missões comerciais holandesas.



Figura 4: Kitagawa Utamaro. *Vulgarly Called the Wanton*, da série *A Parent's Moralizing Spectacles*, 1802. Xilogravura.

⁸ Catálogo virtual da exposição *Allure Elegant Women in Japanese Prints* (2013). Honolulu Museum of Art.

3.2. A “nova mulher” (*atarashii onna*)

A imagem representada pela *bijinga* que se apresenta a partir do período Meiji já não é a mesma cultivada no período Edo, absorvendo, aos poucos, as mudanças inseridas no contexto da modernização. O direcionamento governamental buscava distanciar a imagem da mulher e da cultura japonesa do exotismo propagado no Ocidente, amplamente difundido através das gravuras *ukiyo-e*, grande sucesso na Europa na segunda metade do século XIX. As revistas da época mostravam o ideal de feminilidade – a mulher que era bela no seu comportamento dócil, na sua maneira de vestir, na sua dedicação aos filhos e ao lar. Assim, cortesãs, gueixas e outras figuras bonitas associadas aos valores do “mundo flutuante” foram sendo transformadas em esposas, filhas e mães substituindo, desta forma, uma fantasia por outra.

No Japão, a beleza da mulher estava associada com as flores e a mulher representada pela *bijinga* era frequentemente combinada com flores e outros símbolos da natureza. Cada símbolo tinha um significado especial, como por exemplo, o perfume das flores na primavera ou a solidão percebida nos galhos secos do outono. Eram metáforas que faziam parte do vocabulário visual familiar dos artistas e das leitoras como indicadores da impermanência de todos os aspectos da vida. Artistas como Kaburagi Kiyokata (1878 – 1973) ajudaram a definir o estilo feminino emotivo e sentimental da mulher japonesa criando imagens inspiradas nas tradicionais *bijinga* mas sintonizadas com o padrão de feminilidade defendido pelo governo.

A beleza delicada idealizada por Kiyokata em *Poppy Flowers* (figura 5) para ilustrar a revista *Uzumaki* em 1913, apresenta um olhar reflexivo de introspecção romântica. As flores parecem funcionar de forma alegórica evocando a transitoriedade da vida moderna, distantes das imagens erotizadas do Período Edo mas mantendo os atributos de ternura e gentileza característicos da mulher japonesa idealizada por uma sociedade patriarcal para servir ao homem. Como Kiyokata, muitos artistas do período Meiji, ampliaram o gênero *bijinga* para incluir uma ampla variedade de mulheres, enquanto, ao mesmo tempo, continuavam associando essas mulheres com estereótipos da mulher tradicional japonesa.



Figura 5: Kaburagi Kiyokata. *Poppy Flowers*, 1913. Xilogravura *kuchi-e*. 21,8 cm x 33,2 cm.

Embora as capas das publicações femininas do início do século XX apresentassem modelos de passividade feminina, o historiador Kendall H. Brown (2011) destaca que as imagens funcionavam como um sedativo visual ou uma vacina cultural com a finalidade de proteger as mulheres das doenças da modernidade. Essas revistas femininas, foram criadas em um período de maior escolaridade e crescimento da consciência política e econômica das mulheres, com esposas ou filhas que passaram a trabalhar em fábricas, lojas de departamento, escritórios etc. Neste sentido as revistas apresentavam uma certa ambivalência pois ao mesmo tempo em que traziam capas com uma “nova mulher”, idealizada dentro dos padrões tradicionais da figura feminina, o seu conteúdo, patrocinado pela mídia para incentivo ao consumo, promovia a imagem da mulher independente e sofisticada que usava a última moda do Ocidente e tinha acesso a informações atualizadas através das próprias revistas ou de outras mídias. Por exemplo, uma propaganda da empresa Shiseido, em 1914, apresentava uma clara referência estilística a “Gibson Girl”. Considerada o primeiro ideal de beleza feminina nos Estados Unidos, foi criada por Charles Dana Gibson (1867 – 1944) e era conhecida por seu humor, charme, beleza e espírito de independência.

O surgimento do estilo *bijinga* moderno na pintura teve o incentivo do Ministério da Educação através do estabelecimento da exposição competitiva anual *Bunten*. A exposição despertava o interesse do público e dos críticos de arte, tornando-se a exposição de maior prestígio no Japão. Durante os primeiros anos após a criação da *Bunten*, muitas representações de *bijinga* ganharam destaque. Merrit (2000: 126) registra um depoimento de Kaburaki Kiyokata de 1937 no qual declara que nos primeiros anos da *Bunten* a representação *bijinga* modificou a sua expressão de apelo sexual e graciosidade, como visto no estilo *ukiyo-e*, para a expressão de pureza, nobreza, serenidade, inteligência e demais aspectos modernos da mulher japonesa. Cabe ressaltar que muitas obras que exibissem sensualidade ou vulgaridade eram rejeitadas pelos diretores das mostras *Bunten* por julgarem que tais pinturas pudessem colocar em risco o padrão e o prestígio das exposições patrocinadas pelo governo.

O conceito de nú feminino como questão estética e artística ganhou evidência com os trabalhos de artistas dedicados ao *Yōga*, como Kuroda Seiki (1866-1924). Kuroda estudou em Paris, a partir de 1866, no estúdio de Raphael Collin, acadêmico francês com vários trabalhos expostos nos famosos salões parisienses. Retornou ao Japão em 1893 e foi o responsável pelo primeiro nú apresentado publicamente em seu país, sendo porém considerado pornográfico e recebendo severas críticas.

Com a categoria de nú, aparentemente bloqueada, pelo menos para imagens destinadas à exposição pública, o artista Kuroda voltou-se para as tradicionais mulheres japonesas. Sua pintura *Maiko Girl*, tem como tema duas mulheres em uma casa, provavelmente em Quioto, o epicentro das atividades das gueixas no Japão. Os elementos clássicos da cultura japonesa, como o quimono, são apresentados com pinceladas impressionistas e com volumetria diferente da planaridade da tradicional gravura *ukiyo-e*. Kuroda se apresentava ocidentalizado mas também japonês: a sua *Maiko Girl* permanecia fora do processo cosmopolita, a imagem representa mulheres tradicionais que nunca saíram do Japão e, de alguma forma, permaneciam no limite entre o pré-moderno e o moderno.



Figura 6: Kuroda Seiki. *Maiko Girl*, 1893. Óleo sobre tela. 80,4 x 65,3 cm.

A imagem do estilo *bijinga* moderno na pintura também está associado ao aparecimento das mulheres pintoras que, em geral, focavam seu trabalho na representação feminina. Como registramos anteriormente, antes da era Meiji as mulheres haviam sido amplamente representadas pelas gueixas e cortesãs que faziam parte da temática *ukiyo-e*. Com o surgimento de artistas do sexo feminino a imagem *bijinga* teve os seus horizontes alargados e o tema foi aprofundado sob o ponto de vista feminino. Já não era necessário que o autor fosse homem e que conhecesse bem o universo masculino de Yoshiwara, como era o caso de Utamaro. O período Meiji trouxe novas possibilidades para a representação da mulher e este universo passou a ser captado também pelas artistas femininas.

A busca pela representação das virtudes tradicionais da beleza feminina foi incorporada aos trabalhos de artistas do sexo feminino, como Shoen Uemura (1875 – 1949) e Shoen Ikeda (1886 – 1917). Shoen Uemura iniciou sua carreira como pintora em um período em que existiam poucas mulheres estabelecidas nesta profissão em Quioto, foi também uma das primeiras a se especializar no gênero *bijinga* e a conquistar espaço entre os principais pintores *nihonga* do Japão. Os modelos de Shoen eram quase sempre de classe alta, preparadas para serem bonitas, elegantes e requintadas, incorporando todas as virtudes femininas vislumbradas como

representantes da “nova mulher”. A historiadora Morioka Michiyo (1990: 80) registra as convicções da artista:

Eu quero criar uma pintura que irradie nobreza e pureza como uma joia. É meu desejo sincero produzir uma imagem que afete o espectador de maneira tão positiva que possa limpar e purificar a sua mente. Um pintor deve trabalhar com a convicção profunda de que ele ou ela tem o poder de influenciar as pessoas através da pintura... O que eu quero realizar na minha *Bijinga* é criar as pinturas que combinem verdade, bondade e beleza. Minhas pinturas não são simplesmente retratos fiéis de mulheres bonitas. Em vez disso, eu tento expressar meu próprio ideal de beleza feminina e feminilidade enquanto permaneço atenta à representação realista. (tradução livre)

Na tela “*Blossoming*” (figura 7), Shoen representa uma jovem noiva e sua mãe no dia do casamento. A composição concentra-se nas duas figuras destacadas no lado direito e, pela dinâmica de seus corpos e pelo corte na parte inferior da tela, parecem estar entrando na cena. A jovem noiva demonstra sua beleza silenciosa por meio do olhar cabisbaixo e da postura submissa enquanto a mãe segue orgulhosa pelo caminho. Para Morioka (1990), esta pintura eterniza a beleza e o clima de Quioto no final do período Meiji refletindo os usos e costumes da época.



Figura 7: Shoen Uemura. *Blossoming*, 1899. Pintura de rolo em seda. 176 X 101 cm.

A artista exemplifica na obra acima, a noção tradicional do ideal de beleza feminino “boa esposa, mãe sábia”, incentivado pelo governo Meiji. As mulheres representadas por Shoen Uemura são sempre caracterizadas por um impecável senso de moral e autodisciplina. Aceitam os papéis estabelecidos pelo regime patriarcal sem questionamentos.

Com as transformações sociais decorrentes da modernização, a categoria *bijinga*, baseada, como explicamos, apenas na beleza universal idealizada, passou a ser questionada por artistas e intelectuais que buscavam a imagem da mulher como ser humano representada por seus sentimentos e emoções. Brown (2011), afirma que as imagens “*bijinga*“ produzidas no início do século XX permitiram um olhar crítico

sobre “*bijin*”, a mulher japonesa por excelência, nos debates sobre a identidade da nação moderna e sobre o papel da arte na sociedade.

Morioka (1990: 46) registra a crítica do poeta Kinoshita Mokutaro (1885 – 1945) escrita em 1916:

Eu tenho visto muitos exemplos de *bijinga* por meio de artistas como Kiyokata, os Ikedas, Uemura Shoen, Kurihara Gyokuyo, Hirota Hyappo, Kawasaki Ranko... e eles representam esplendidamente a variedade de aparências físicas que deleitam os espectadores. Entretanto, seria demasiado cruel pedir àqueles pintores capturar em suas pinturas a beleza dos seres humanos reais, a beleza das mulheres reais. (tradução livre)

A historiadora relaciona a insatisfação de Mokutaro com a estrutura da tradicional da *bijinga* em que a beleza externa é glorificada e a imagem é idealizada. O poeta rejeitava a equação moralista de beleza, bondade e verdade na arte e demandava mais humanização e portanto mais representações verdadeiras da mulher.

Na pintura *Newspaper Serial* (figura 8), Shoha Ito (1877 – 1968), contemporânea de Shoen Uemura, apresenta um outro olhar sobre o estilo *bijinga*, acrescentando pistas sobre as relações entre a arte e as forças sociais. Nesta imagem Shoha representa um novo tipo de *bijinga* em uma cena do cotidiano na qual uma mulher sentada concentra sua atenção na leitura de um jornal. Pelos utensílios representados ela está na cozinha em uma cena doméstica diária comum. Entretanto a atenção dedicada à leitura do jornal indica sua preocupação com eventos que estão fora do ambiente doméstico, abrindo possibilidades para sua emancipação como indivíduo.

O jornal já havia aparecido no período Meiji mas foi no período Taishō (1912 – 1926) que tornou-se uma mídia de massa com a conquista de um grande número de leitores que passaram a receber educação compulsória a partir do período Meiji. Morioka (1990) informa que entre as estratégias de maior popularização dos jornais estava a inclusão de romances publicados em capítulos diários. Desta forma, a dona de casa representada por Shoha aproxima-se da verdadeira imagem da mulher, permitindo que os espectadores possam se identificar com a cena. Shoha era casada e mãe de três meninas, o que causava admiração por gerenciar sua carreira profissional e, ao mesmo tempo, sua vida familiar, representando o ideal da mulher moderna.

É importante destacar que o estilo *bijinga* moderno desenvolvido durante o final do período Meiji afirmou-se através de um complexo sistema de mídia,

principalmente da comunicação visual, que conquistou grande circulação não só no ambiente urbano mas também nas áreas rurais. Como vimos no segundo capítulo, este sistema era composto por revista, lojas de departamentos, cartazes, posters e, embora não tenha feito parte do corpus da pesquisa, o cinema também teve um papel fundamental.



Figura 8: Shoha Ito. *Newspaper Serial*, 1916. Pintura de rolo em seda. 201x113 cm.

Com a mesma intenção de retratar a realidade representado pela *bijinga*, Kajiwara Hisako (1896 – 1955), na pintura *Train Station in Early Evening* (figura 9) representa uma mulher menos idealizada e mais humana na imagem de uma trabalhadora do período pós primeira guerra. Morioka (1990) informa que segundo relato da artista, a pintura foi baseada em uma cena que a própria Hisako testemunhou

em uma estação de trem em Quioto e nos mostra uma garçonete descansando em um banco após um dia de trabalho. Ela está apoiada em um guarda chuva e parece estar muito cansada, com o olhar perdido demonstrando seu esgotamento físico e mental. Suas roupas simples e a falta de ornamentos indicam que pertence à uma classe trabalhadora menos afortunada. Nesta obra, Hisako descola a feminilidade japonesa da imagem idealizada e glorificada da beleza, incluindo uma realidade social nem sempre prazerosa da mulher trabalhadora.



Figura 9 – Kajiwarra Hisako. *Train Station in Early Evening*, 1918.
Papel emoldurado. 189 x 83 cm.

Com um tema semelhante o artista Takehisa Yumeji (1884 – 1934) representa em *Autumn Rest* (figura 10), uma mulher sentada em um banco de jardim aparentemente cansada e solitária. Ao seu lado podemos ver uma grande bolsa de pano sugerindo que ela acabou de chegar de uma viagem. No período Taishō muitas mulheres das pequenas cidades chegavam em Tóquio à procura de emprego na capital. A mulher está amparada em um guarda chuva estilo ocidental e dirige um olhar carente para o espectador como se estivesse precisando de ajuda. Em contraste com a imagem anterior, Yumeji utiliza cores vivas e sua representação de *bijinga* é romantizada e está envolta em uma paisagem outonal que sugere um momento de solidão. Takehisa era simpatizante das causas da classe trabalhadora e muitos de seus desenhos de inspiração política foram publicados, com pseudônimos, em revistas e jornais socialistas como *Hikari* e *Heimin Shinbum*.



Figura 10 – Takehisa Yumeji. *Autumn Rest*, 1920. Xilogravura em duas partes no papel. 151x163 cm.

Takehisa tornou-se um artista popular entre os jovens por retratar o cotidiano de mulheres bonitas através de mais de 2200 imagens no estilo *bijinga* para cerca de 180 revistas da época. Em 1915, iniciou um projeto com Yoshiya Nobuko (1896 – 1973), uma das mais famosas escritoras de romances, ilustrando os capítulos de suas

novelas que eram publicados em séries nas revistas femininas, conquistando uma nova audiência de jovens conhecidas como *shōjo*, denominação dada às garotas que estavam na faixa etária entre a puberdade e o casamento.

A revista feminina mais antiga dedicada a esta faixa etária, lançada em 1901 e da qual Takehisa participou, era a revista *Jogakusekai*. Foi nessa revista que, juntamente com Watanabe Yohei (1889 – 1912), desenvolveu o estilo *Jojō-ga*, a pintura/desenho romântico japonês que, em sua maioria, trazem a figura feminina como tema. Conforme explica Yoko Fujino (2002: 70), a expressão *Jojō-ga* foi cunhada por um dos discípulos de Yumeji, Fukiya Kōji (1898 – 1979). Existiam, na época, expressões como *Jojō-teki* (literalmente, estilo romântico) para explicar desenhos de artistas como Takehisa que, segundo Fukiya era um tipo de desenho que, assim como a poesia, deixava espaço para passar o sentimento do artista. Embora Takehisa seja associado com o registro do contemporâneo, suas *bijinga* eram mais nostálgicas do que modernas.

O objetivo da revista *Jogakusekai* era reforçar o preparo da garota para se tornar boa esposa, mãe sábia, a responsável pelo lar, como uma espécie de indutor na construção da personagem esperada para aquela faixa etária. As imagens eram reforçadas por meio dos cartões postais encartados nessas revistas e artistas tanto do *nihonga* como do *yōga*, puderam experimentar novos estilos e ajudaram a estabelecer a imagem da nova mulher japonesa entre as leitoras assíduas da publicação.

A partir do fim do período Taishō e início da era Shōwa (1926 – 1989) o estilo *bijinga* moderno foi chegando à sua fase madura e se aproximando cada vez mais da representação dos usos e costumes que testemunhavam as mudanças bruscas na sociedade japonesa (SHINJI, 2000: 14). A diversificação e maturidade do estilo moderno *bijinga* foi testemunhado por uma variedade de abordagens artísticas que incluía as “mulheres bonitas” como um elemento dentro da composição na qual realismo e idealização eram combinados. Na série de gravuras *Twelve Views of Tokyo* (figura 11), Ishii Hakutei (1882 – 1958), parece ter a intenção principal de documentar a cidade. Uma das imagens da série mostra uma mulher de olhar introspectivo e vestimentas tradicionais posicionada à frente de uma moldura visualizada no canto superior direito, em que o artista apresenta *Shinbashi*, a moderna estação de trem da capital. Embora o corpo da mulher tradicional ocupe grande parte da cena, sua presença, alheia ao entusiasmo da vida moderna, reforça a imagem de mulher recatada e submissa presente nas imagens *bijinga*, transmitindo uma impressão de continuidade

para a tradicional mulher japonesa. O título pode ser visto na faixa vermelha no lado superior esquerdo da obra.



Figura 11: Ishii Hakutei. *Shinjuku*, da série *Twelve Views of Tokyo*, 1914 – 17. Xilogravura. 38,9 x 25,6 cm.

3.3. A “garota moderna”

Como vimos anteriormente, o desenvolvimento da cultura moderna e o apelo da cultura de massa aumentaram a circulação de diferentes imagens da mulher japonesa em veículos de grande circulação não só em Tóquio mas também nas cidades do interior. Referências cosmopolitas da capital eram documentadas e divulgadas pelas ilustrações dos livros, revistas e anúncios comerciais, símbolos da modernização do país. A cultura urbana da Era Shōwa estava associada a lojas de departamento, teatros, musicais, salões de danças, casas de chá e cafés que faziam parte dos novos costumes da população da classe média. Ao mesmo tempo, o esforço para reconstrução de Tóquio depois do grande terremoto Kantō, em 1923, transformou a cidade e propiciou uma nova ambientação urbana moderna e condizente com os anseios consumistas emergentes. Os cafés, símbolos dessa modernidade japonesa, eram locais de encontro na cidade, frequentado por artistas e intelectuais, onde as pessoas conversavam e bebiam livremente como nos tradicionais salões europeus. Conforme uma pesquisa governamental citada por Dower (2012: 21), em 1930, o país apresentava 27.532 cafés e, quatro anos mais tarde, este número já tinha pulado para 37.065. Estes estabelecimentos chegaram a empregar, na década de 1930, mais de 100.000 mulheres como garçonetes.

A historiadora Elise K. Tipton (2000: 119) cita Murobushi Kōshin, comentarista daquela época, para quem a cidade moderna não era apenas a liberação dos cidadãos comuns das amarras da hierarquia de classes do antigo regime feudal e dos conceitos ortodoxos do pensamento neo-confucionista, mas também a liberação da mulher para relacionamentos públicos com o sexo masculino e para a bebida. A garçonete (*jokyū*) era uma figura importante nesse cenário e, conforme descrito por Murobushi (TIPTON, 2000: 127), a garçonete era a flor e o espírito do café. Na visão de Murobushi a nova geração estava interessada no amor romântico e platônico, não necessariamente sexual, e essa atmosfera de amor atraía os jovens aos cafés. Por outro lado, independente do atendimento nos cafés, serviços eróticos podiam ser oferecidos pelas garçonetes depois do horário normal de trabalho tornando-se assim, mais um motivo de atração do público masculino. Segundo outros comentaristas pesquisados por Tipton, os cafés ofereciam um dos poucos lugares em que jovens garotas e rapazes podiam interagir livremente de forma simples e acessível. Para as mulheres, os cafés proporcionaram um importante passo no sentido de sua liberação pois ofereciam

oportunidades de trabalho mesmo para aquelas que não possuíam qualificação educacional que permitisse sua inclusão em outras áreas profissionais.

Em *Tearoom* (figura 12), Saeki Shunkō (1909 – 1942), apresenta duas garçonetes estilo ocidental, com cabelos curtos e uniformizadas com suas bandejas prontas para servir a clientela. Ao fundo flores exóticas são exibidas em uma estrutura metálica. Saeki estava entre os artistas tradicionais de *nihonga* que usavam pigmentos naturais em seda ou papel e também estavam interessados em registrar a nova imagem da beleza feminina, adotando a representação das garotas modernas que passaram a compor o cenário das grandes cidades.



Figura 12: Saeki Shunkō. *Tearoom*, 1936. Painel, tinta em cores no papel. 264 x 197 cm.

As mulheres eram importantes como força produtiva no mercado de trabalho e, como consequência, eram também público-alvo para o mercado consumidor. Ao

mesmo tempo, o mundo dos cafés, dos salões de dança e dos prazeres da vida moderna trazia alguma semelhança com o hedonístico mundo dos prazeres das cenas cotidianas registradas no *ukiyo-e* do período Edo. O que o diferenciava das imagens cotidianas registradas pelos artistas do período pré moderno no Japão era justamente a influência dos costumes ocidentais, a cultura de massa e a preocupação com a mulher não só como objeto de consumo masculino mas como ativas consumidoras de produtos e serviços. O mundo *fashion* das revistas e das vitrines de bairros efervescentes como Ginza estava atento ao poder de compra das novas consumidoras. Empresas como a Shiseido, com suas ilustrações comerciais, ajudaram a impor padrões de beleza e comportamento no que diz respeito ao consumo de massa, mediando a percepção das mulheres em suas vidas diárias. Suwa Kanenori (1897 – 1932), gravurista, registra por meio do panfleto *Ginza Scene* (figura 13), elaborado para a empresa Shiseido em 1927, o hibridismo presente no imaginário feminino da época. O estilo da mulher moderna japonesa que podia aparecer um dia no quimono tradicional, no outro em roupas ocidentais ou juntos em amigas diante de uma loja onde o emblema da marca Shiseido destaca-se na parte frontal do estabelecimento comercial.



Figura 13: Suwa Kanenori. *Ginza Scene* do panfleto *Lady's Handbook*, 1927.

A “garota moderna” era vista como uma mulher independente que podia pensar e agir com liberdade, mas ao mesmo tempo era recebida por alguns como

ameaça aos costumes e tradições da família japonesa. Miriam Silverberg (1991: 246) cita a jornalista e crítica Kitamura Kaneko que em seu ensaio “Strange Chatisty” recusava a imagem autônoma da “garota moderna” como transgressora sexual. Para Kitamura as acusações de promiscuidade levantadas contra a “garota moderna” tinham origem nas natureza das novas atividades públicas da mulher. Ela transcreve em seu ensaio uma série de acusações feitas à “garota moderna”:

Ela saiu para um passeio com um homem no parque Nara; eu a avistei de longe no café Dotonbori; ela estava agitando seus saltos no salão de dança; eu a descobri entrando no cinema; quando eu a ví andando ela estava movendo suas pernas esquerda e direita, uma após a outra; eu a ví bocejando e imaginei que ela estava cansada de esperar por um homem; ela decorou seu chapéu com uma flor – eu gostaria de saber com quem ela saiu; ela saiu, ela deve ser difamada por estar com um homem; etc.; etc.; etc. (tradução livre)

A mulher japonesa não estava mais reclusa ao lar, mas transitava por espaços abertos, indiferente às acusações que lhes eram imputadas. Silverberg (1991) esclarece qual a verdadeira transgressão da “garota moderna”: “ela não iria aceitar a divisão do trabalho que a tinha colocado em casa”. A imagem *Yamashita Entrance to Ueno Park* (figura 14), de Koizume Kishio (1893 – 1945), apresenta uma cena noturna dificilmente imaginada em épocas anteriores. Nela, uma jovem mulher com trajés ocidentais, iluminada pelas luzes do Parque Ueno, caminha calmamente pelo parque sem a companhia de um homem. Ao fundo, os prédios decorados pelas luzes de neon documentam a emergência da cidade que transita entre o passado e a modernidade.



Figura 14: Koizumi Kishio. *Yamashita Entrance to Ueno Park, One Hundred Views of Great Tokyo in the Shōwa Era*, 1931. Xilogravura. 39,4 X 29,8 cm.

A fronteira entre a mulher elegante e moderna exibida nas imagens comerciais como a da Shiseido (figura 13) era muito próxima da imagem ameaçadoramente independente da “garota moderna”, que embora fascinante exemplo da vida cosmopolita moderna, rejeitava o modelo “boa esposa, mãe sábia”, tornando-se símbolo de quebra da ordem social. A excitante vida na cidade que atraía milhares de garotas dispostas a incrementar a força de trabalho feminina nos cafés e salões de dança era ameaçadora para as tradições. Como medida cautelar, justificada pela manutenção da ordem e da moral, a Polícia Metropolitana de Tóquio passou a exigir, a partir de 1930, o registro antecipado de todas as garotas a serem contratadas por cafés, salões de danças e outros estabelecimentos de entretenimentos (MORSE, 2012: 150).

Pintores, gravuristas e ilustradores em geral dispensavam grande energia para representar os novos tipos de beleza feminina bem como a efemeridade da vida moderna. Tanto os artistas do estilo tradicional de pintura (*nihonga*) como aqueles dedicados ao estilo ocidental (*yōga*) procuravam interpretar as transformações nas imagens femininas que desfilavam pelas ruas de Ginza. Da mesma forma, os gravuristas interessados no renascimento das gravuras *ukiyo-e* (*shin-hanga*) e os

gravuristas focados na criatividade do processo de produção (*sōsaku-hanga*) focavam a atenção nas belezas modernas como fonte de inspiração.

O depoimento de Kobayakawa Kiyoshi (1896 – 1948), pintor especializado em *nihonga* e também gravurista do movimento *shin-hanga* demonstrava seu interesse em registrar a contemporaneidade:

Mesmo se eu tentar desenhar uma cena remanescente da época de Harunobu⁹, meu desenho poderia inevitavelmente expressar as belezas saudáveis de hoje. Eu não desenho apenas os hábitos e costumes, mas tento capturar a essência da época em que vivemos.¹⁰ (tradução livre)

Entretanto, nas imagens 15 e 16 da série *Women's manners of today*, Kobayakawa Kiyoshi apresenta personagens idealizadas que nos remetem ao antigo período Edo. A figura 15, *Glossy dark hair*, embora apresente traços contemporâneos da influência ocidental por meio da volumetria da modelo, tem muitas características das antigas imagens eróticas *ukiyo-e*, como na representação de um momento fugaz dos cuidados íntimos com o corpo. Na imagem uma jovem mulher nua, ajoelhada com uma pequena toalha em seu colo, aparece penteando seus longos cabelos negros e brilhantes, como em uma das cenas retratadas no período Edo.

Por outro lado, na mesma série (figura 16), o artista representa a imagem construída pela mídia da “garota moderna”, que embora com todos os apetrechos da modernidade se ampara na mesma temática que insiste na erotização da mulher como forma de, ao mesmo tempo, reconhecer e recusar a modernidade, uma vez que esta representa o perigo para a moral e bons costumes da sociedade japonesa.

Dower (2012: 23) confirma a manutenção do estereótipo:

Os retratos destas belezas contemporâneas – qualquer que seja seu penteado, qualquer que seja sua vestimenta, qualquer que seja a atividade em que ela possa estar envolvida – esbarram na tradição pictórica de "pintura de belezas" (*bijinga*) que alcançaram grande esplendor nos tempos feudais. (tradução livre)

⁹ Suzuki Harunobu (1725 – 1770) famoso por suas gravuras multicoloridas (*nishiki-e*) de *bijinga* e cenas contemporâneas no estilo *ukiyo-e*.

¹⁰ Newland, *The Female Image* (2000: 25).

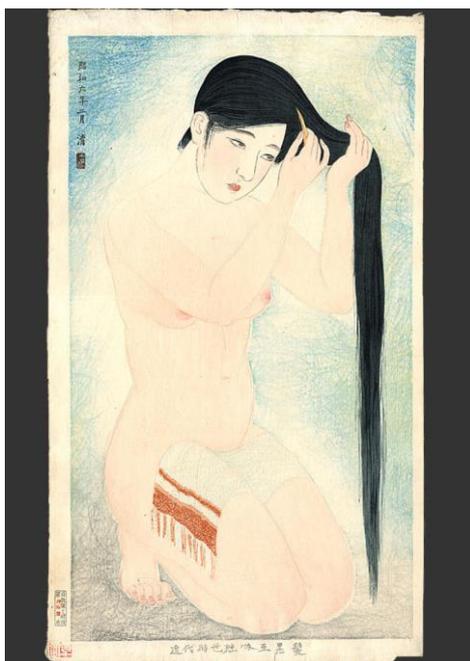


Figura 15: Kobayakawa Kiyoshi. *Glossy dark hair*, da série *Women's manners of today*, 1931.
Xilogravura, 49,6 x 26,8 cm.



Figura 16 - Kobayakawa Kiyoshi. *Tipsy* da série *Women's manners of today*, 1930.
Xilogravura, 51,3 x 30,5 cm.

A “garota moderna” foi eternizada pela gravura de Kobayakawa Kiyoshi, que representou em *Tipsy* toda a impetuosidade da jovem imaginada pela mídia, fora dos limites do lar ela aparenta desfrutar a noite em alguma casa noturna. Seus cabelos são curtos e ondulados, os lábios pintados de vermelho vivo e o olhar sedutor, de apelo claramente sexual. O plano de fundo da gravura tem o mesmo tom vermelho do batom de seus lábios, uma cor sempre considerada erótica. *Tipsy* se vestia da maneira ocidental, fumava e tinha uma taça de bebida à sua frente. Diferente da “nova mulher” representada nos moldes da mulher tradicional japonesa, a “garota moderna” não aparentava resignação com o papel que lhe foi atribuído pela tradição, pelo contrário, demonstrava uma postura desafiante, longe da imagem recatada e dócil tradicionalmente representadas. Ao lembrarmos do apelo sexual das antigas cortesãs imortalizadas por Utamaro Kitagawa (1753 – 1806) podemos constatar a continuidade de outro estereótipo da mulher japonesa, da garota promíscua, profissional do sexo, ligada ao mundo paralelo de Yoshiwara¹¹, uma possível ameaça à tradicional imagem da mulher japonesa. A emergência da “garota moderna”, representada como promíscua, liberal e apolítica, simbolizava a crise da família tradicional e refletia este período de grandes transformações sociais.

Muitas das jovens que frequentavam os cafés e salões de dança noturnos, durante o dia trabalhavam nas lojas de departamentos como atendentes ou operadoras de elevadores, como pode ser visto nas figuras 17 e 18. Estas mulheres contribuíam com a economia não apenas como trabalhadoras mas também como ativas consumidoras de produtos, serviços e entretenimentos, possibilidades que nunca foram associadas com as imagens recatadas das jovens senhoras.

¹¹ Yoshiwara era um dos distritos oficialmente autorizados pelo governo Meiji. Era uma região de prazeres fugazes. Além dos bordéis, o distrito possuía casas de chá, teatros kabuki e restaurantes.



Figura 17: Nakamura Gakuryō
Shop Clerk, 1933



Figura 18: Nakamura Gakuryō
Elevator Girl, 1933

Da mesma forma, as mulheres idealizadas pela Shiseido por meio de sua revista *Shiseido Gurafu* (figura 19) não eram apenas modelos elegantes e bem vestidas. Nos anos 1930s, elas eram representadas como indivíduos autônomos, liberadas do domínio masculino, buscando e não apenas fornecendo o prazer sexual, divertindo-se fora de suas casas, e engajadas não apenas no consumo mas também em atividades como ciclismo, esqui, fotografia e até mesmo piloto de avião (DOWER: 2012).



Figura 19: Capa da revista Shiseido Gurafu. Agosto de 1935.

Em 1930 o artista Koga Harue exibiu uma grande pintura inspirada no surrealismo ocidental. A obra (figura 20) era formada por uma montagem na qual o artista, construindo uma paisagem de realidade subjetiva, buscou representar, ao mesmo tempo, a beleza moderna e o seu entusiasmo pelas máquinas de seu tempo. Em 1930 a racionalização era promovida pelo Estado e pelos setores privados como sinônimo de eficiência, produtividade e segurança. A imagem mostra uma mulher de maiô e touca de banho com o braço direito levantado. A imaginação do artista acomoda ainda, na mesma tela, um submarino que por meio de um corte transversal expõe o seu maquinário interno, um dirigível, uma indústria e um navio, além de pássaros, peixes, lulas e algas. Vestindo meias e sapatilhas, a mulher se posiciona nas pontas dos pés em uma plataforma como se estivesse pronta para pular no mar. Neste cenário a beleza feminina parece integrada ao mundo moderno idealizado pelo artista.



Figura 20: Koga Harue. *The Sea*, 1929. Óleo sobre tela. 130 x 162,5 cm.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O meu interesse pela arte japonesa não é recente. De certa maneira, esta dissertação de mestrado foi o desenvolvimento de dois trabalhos que realizei durante o meu curso de graduação em *Arte: História, Crítica e Curadoria* nesta mesma Universidade.

O primeiro foi um projeto de iniciação científica e o segundo uma monografia de conclusão de curso que giraram em torno do universo e da estética da gravura *ukiyo-e* e da pintura japonesa do período Edo. Na ocasião, busquei através da análise destes modelos estéticos, pontuar as influências recíprocas entre Japão e Europa, motivadas pela aproximação política e os interesses comerciais que se fortaleceram a partir da abertura do Japão ao Ocidente.

Já durante estas pesquisas, verifiquei a profusão de imagens da mulher japonesa o que me motivou a aprofundar as análises. Por isso, logo que apresentei o projeto de mestrado propus como recorte as imagens que lidavam com a representação feminina.

Em termos metodológicos, pelo fato de estar agora em um Programa de Comunicação, ficou evidente que era insuficiente analisar apenas os modelos estéticos e seus respectivos procedimentos técnicos, uma vez que as fronteiras entre arte e mídia foram se tornando cada vez mais borradas, bem como as suas implicações políticas e sociais. Assim, a escolha da grade teórica e a sequência de apresentação dos capítulos buscou desvendar o entrelaçamento entre a história social do Japão, as questões de gênero e as relações entre arte e comunicação midiática no processo de reconstrução da imagem feminina moderna. Além de ter entrado em contato com uma nova bibliografia, era o próprio objeto de pesquisa que clamava por novas molduras.

Como foi explicado, as imagens das mulheres bonitas (*bijinga*) foram transformadas em símbolos que, ao mesmo tempo, celebravam os progressos prometidos pela modernidade e evocavam os estereótipos da tradicional mulher japonesa com a finalidade de condenar a perda da identidade nacional construída com base nos valores da sociedade patriarcal. Enquanto a preservação da imagem feminina domesticada e subserviente era evocada pelas instituições públicas nos padrões da “nova mulher”, a mídia buscava a construção da imagem independente e erotizada representada pela “garota moderna”. Neste contexto, a simultaneidade das imagens

permitia a sobreposição de leituras do corpo feminino acionando novas subjetividades e transformando as percepções do corpo.

Os novos papéis da mulher moderna, o surgimento da cultura de massa e os novos procedimentos da produção artísticas impactaram o modo de ver e representar o corpo feminino. De certa forma, algumas das principais questões tornaram-se estáveis e parecem mesmo ter continuidade no universo da cultura *pop*, que começou a se disseminar pelo mundo a partir dos anos 1980, passando a ser conhecida como cultura *J-pop*.

A partir de então, nas décadas que se seguiram, novos movimentos emergiram e foram, por sua vez, cunhados de *neopop*, geração *superflat*, *cool Japan*, entre outras denominações que instauraram novas discussões cada vez mais voltadas às alianças entre arte e mercadoria.

Conforme descrito por Greiner (2015; 107), nos desdobramentos da cultura pop japonesa, “há referências explícitas a imagens concebidas no período Tokugawa e a uma estética que se deflagra a partir da mudança de imagens da garota moderna”. Entretanto, a evocação de figuras tradicionais observadas em obras de artistas de novas gerações, que nasceram em meados dos anos 1970 como Aya Takano e Tabaimo, não indicam uma visão nostálgica do passado, como se poderia imaginar à primeira vista. Pelo contrário, a discussão de gênero e o papel da mulher na sociedade japonesa são explicitados a partir de uma perspectiva crítica. Pensando nestas novas experiências, decidi analisá-las em um futuro doutorado, aprofundando os impactos da Segunda Guerra Mundial e os reflexos da nova sociedade de consumo na imagem da mulher japonesa a partir do olhar das próprias mulheres artistas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- BERNSTEIN, Gail Lee (ed). **Recreating Japanese Women, 1600 – 1945**. Los Angeles: University of California Press, 1991.
- BRYSON, Norman. Westernizing Bodies: Women, Art, and Power in Meiji Yōga. In. **Gender and Power in the Japanese Visual Field**, editado por Joshua S. Mostow, Norman Bryson e Maribeth Graybill. Honolulu: University of Hawai'i Press: 2003.
- BROWN, Kendall H. **Dangerous Beauties and Dutiful Wives, popular portraits of women in Japan (1905-1925)**. Nova York: Dover Publications, Inc., 2011.
- DALBY, Liza Carihfield. Courtesan and Gueisha: The Real Women of the Pleasure Quarter. In. **The Women of the Pleasure Quarter Japanese Paintings and Prints of the Floating World**. Nova York: Hudson Hills Press, 1995.
- DOWER, John W. Modernity and Militarism. In. **The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s**. Boston: Museum of Fine Arts, 2012.
- FUJINO, Yoko. **Identidade e alteridade: a figura feminina nas revistas ilustradas japonesas nas eras Meiji, Taishō e Shōwa**. Tese (Doutorado em Comunicação e Estética do Audiovisual) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.
- FUJITAKE, Akira. **The Formation and Development of Mass Culture**. Texto publicado pela primeira vez online em 06.03.2007. In. *The Developing Economies*, 5: 767–782.
- FUKUTOMI, Taro. Praise for Women – Splendid Bijin-ga paintings collection. In. **Main Themes in Art Making “Women” the Theme, Bijin-ga II, Japanese Expression of Feminine Beauty**. Tóquio: World Culture Art Co. Ltd, 2009.
- GORDON, Andrew. **A Modern History of Japan**. Nova York: Oxford University Press, 2013.
- GREINER, Christine. **Leituras do Corpo no Japão e suas diásporas cognitivas**. São Paulo: n-1 Edições, 2015.
- HANE, Mikiso. **Japan, a Short History**. Londres: Oneworld Publications, 2013.
- KITO, Minako. Shoen's ideal Bijin-ga paintings. In. **Main Themes in Art Making “Women” the Theme, Bijin-ga II, Japanese Expression of Feminine Beauty**. Tóquio: World Culture Art Co. Ltd, 2009.
- LAMARRE, Thomas. **The Anime Machine – A Media Theory of Animation**. Londres: University of Minnesota Press, Minneapolis.
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MASON, R.H.P & CAIGER, J.G. **A History of Japan**. Vermont: Tuttle Publishing, 1997.

MORIOKA, Michiyo. **Changing Images of Women: Taisho-Period Paintings by Uemura Shoen (1875-1949), Ito Shoha (1877-1968) and Kajiwara Hisako (1896-1988)**. Tese (Doutorado em Filosofia) – Universidade de Washington, EUA, 1990.

MORSE, Anne Nishimura. Modern Girl in the palace of lyrical elegance. In. **The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s**. Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

NEWLAND, Amy Reigle. The appreciation of shin hanga in the West: the interwar years, 1915-1940. In. **The female image 20th century prints of Japanese beauties**. Holanda: Hotei Publishing, 2000.

RIMER, Thomas. Introduction. In. **Since Meiji Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868-2000**. Edited by J. Thomas Rimer. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2012.

SAKURAI, Célia. **Os Japoneses**. São Paulo: Contexto, 2013.

SATO, Barbara. **The new Japanese woman: modernity, media, and women in interwar Japan**. Londres: Duke University Press, 2003.

SHINJI, Hamanaka. Bijinga: the portrayal of beauties in modern Japan. In. **The female image 20th century prints of Japanese beauties**. Holanda: Hotei Publishing, 2000.

SILVERBERG, Miriam. **Erotic, grotesque, nonsense, the mass culture of Japanese modern times**. Bekerley and Los Angeles: University of California Press, 2009.

_____. The Modern Girl as Militant. In. **Recreating Japanese Women, 1600-1945**. Los Angeles: University of California Press, 1991.

SMITH, Lawrence. Japanese Prints 1868-2008. In **Since Meiji Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868-2000**. Edited by J. Thomas Rimer. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2012.

SULLIVAN, Michael. **The Meeting of Eastern and Western Art**. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, 1997.

SWINTON, Elizabeth de Sabato. **The Women of the Pleasure Quarter, Japanese Paintings of the Floating World**. New York: Hudson Hills Press Inc., 1996.

TIPTON, Elise K. Cotested Space of Modernity in Interwar Japan. In. **Being Modern in Japan, Culture and Society from the 1910s to the 1930s**. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000.

WEISENFELD, Gennifer. Japanese Modernism and Consumerism, Forging the New Artistic Field of “*Shōgyō Bijutsu*” (Comercial Art). In. **Being Modern in Japan, Culture and Society from the 1910s to the 1930s**. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000.

_____. The Expanding Arts of the Interwar Period. In. **Since Meiji Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868-2000**. Edited by J. Thomas Rimer. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2012.

_____. **Imaging Disaster – Tokyo and the Visual Culture of Japan's Great Earthquake of 1923**. Berkeley: University of California Press, 2012.

_____. **Selling Shiseido – Cosmetics Advertising & Design in Early 20th Century Japan**. MIT Visualizing Cultures, 2010. Disponível em: www.ocw.mit.edu/shiseido_01/sh_essay01. Acesso em 11/02/2016 às 18:10hs.

REFERÊNCIAS DIGITAIS

Disponível em: www.britishmuseum.org. Acesso em 17/07/2015 às 16:58hs.

Disponível em: <http://allure.honolulumuseum.org>. Acesso em 30/07/2015 às 16:46hs.

Disponível em: <http://www.danzan.com/HTML/ESSAYS/meiji.html>. Acesso em 05/04/2016.

IMAGENS

Figura 1: *Yuna (Service Women in Bathhouse)*

Disponível em: <http://www.moaart.or.jp/en/exhibition/201303yuna/>
Acesso em 23/08/15 às 19:58hs.

Figura 2: *The Hour of the Snake*

Disponível em: <http://allure.honolulumuseum.org/?p=335>
Acesso em 30/07/15 às 14:25hs.

Figura 3: *Two Beauties: One Holding a Pipe, the Other a Round Fan*

Disponível em: http://honolulumuseum.org/art/11183-two-beauties-one-holding-a-pipe-the-other-round-fana_z
Acesso em 05/04/2016 à 15:13hs.

Figura 4: *Vulgary Called the Wanton*

Disponível em: <http://allure.honolulumuseum.org/?p=217>
Acesso em 05/04/2016.

Figura 5: *Poppy Flowers*

Disponível em: <http://www.ohmigallery.com/DB/ItemDetail.asp?item=11954>
Acesso em 23/05/15 às 22:43hs.

Figura 6: *Maiko Girl*

Disponível em: <http://eclecticlight.co/2015/07/07/beyond-the-french-impressionists-25-japan-asai-kuroda-kume/>
Acesso em 05/04/2016 às 15:23hs.

Figura 7: *Blossoming*

Disponível em: <https://www.pinterest.com/pin/78672324715226198/>

Acesso em 31/07/15 às 17:10hs.

Figura 8: *Newspaper Serial*

Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/229402174740695252/>

Acesso em 05/04/2016 às 15:30hs.

Figura 9: *Train Station in Early Evening*

Disponível em: <https://www.tumblr.com/search/kajiwara%20hisako>

Acesso em 05/04/2016 às 15:39hs.

Figura 10: *Autumn Rest*

Disponível em: <https://www.pinterest.com/pin/326018460500105393/>

Acesso em 05/04/2016 às 15:44hs.

Figura 11: *Shinbashi*

Disponível em: <https://ukiyo-e.org/image/artelino/33219g1>

Acesso em 05/04/2016 às 15:46hs.

Figura 12: *Tearoon*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.

Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

Figura 13: *Ginza Scene*

Disponível em:

http://ocw.mit.edu/ans7870/21f/21f.027/shiseido_03/sh05_scans/pages/sh05_1927_bk123_book.htm

Acesso em 27/02/2016 às 17:21hs.

Figura 14: *Yamashita Entrance to Ueno Park*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.

Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

Figura 15: *Glossy dark hair*

Disponível em: <http://www.scholten-japanese-art.com/printsV.php?printID=1000>

Acesso em 27/02/16 às 17:30hs.

Figura 16: *Tipsy*

Disponível em: http://honoluluuseum.org/art/exhibitions/5036-girls_talk_20th_century_japanese_prints_depicting_women/

Acesso em 30/05/15 às 17:20 hs.

Figuras 17: *Shop Clerk*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.

Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

Figura 18: *Elevator Girl*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.
Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

Figura 19: *Capa da revista Shiseido Gurafu*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.
Boston: Museum of Fine Arts, 2012.

Figura 20: *The Sea*

Imagem escaneada do livro *The Brittle Decade, Visualizing Japan in the 1930s*.
Boston: Museum of Fine Arts, 2012.