

**REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE JAPONESA
NA CERÂMICA E SEU REFLEXO
NOS CERAMISTAS *NIKKEI***

Liliana Granja Pereira de Moraes¹

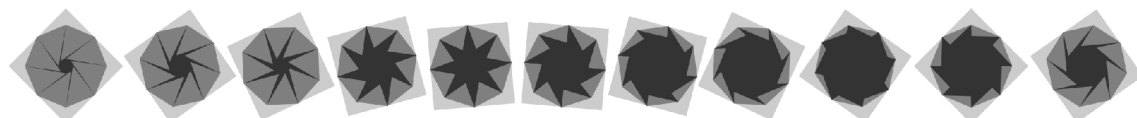
Resumo: As artes tradicionais japonesas, especialmente aquelas que se incluem na categoria *craft* (artes manuais), com ênfase na cerâmica, foram utilizadas pelo Governo *Meiji* (1868-1912) como símbolo nacional, fruto da singularidade dos artesãos nipônicos, em um momento de necessidade de afirmação da identidade e cultura do país. No Brasil, a imigração de ceramistas japoneses e a expansão da culinária nipônica contribuíram para o crescente interesse do público por uma cerâmica remanescente da estética japonesa, interesse esse que, muitas vezes, reproduz uma visão estereotipada desse produto cultural, dos ceramistas e da cultura japonesa em geral.

Palavras-chave: cerâmica, cultura japonesa, identidade nacional

A “invenção da cultura” como a construção de hábitos, costumes e tradições compartilhados por uma mesma comunidade não é uma ideia recente. Platão já advertia, em algumas interpretações de seu mito da caverna na *República*, para o perigo de enxergarmos apenas os simulacros incutidos por todo um sistema de “formadores de opinião”. Estes, ao transmitirem suas interpretações artificiais da realidade, constroem a identidade e definem os modelos de comportamento de um determinado povo, etnia ou nação. Fazendo com que essa construção pareça natural, eles criam também a base para o nascimento do sentimento patriótico e de pertencimento a um grupo social.

A cultura nacional é, então, composta de instituições, símbolos e representações. Segundo Hall (1992, p. 13), ela é “um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos”. Ela produz sentidos sobre “a nação”, com os quais nos podemos identificar, logo ela constrói identidades (HALL, 1992, p. 13). Neste processo de criação de uma cultura nacional, alguns valores e práticas preexistentes são selecionados e modificados, usualmente da cultura dominante, enquanto outros são depreciados ou dispensados (TAI, 2003, p. 6).

¹ Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH – USP). lilianagpmoraes@gmail.com



A construção da identidade nacional está geralmente associada ao processo de constituição das nações modernas nos séculos XVIII e XIX, e no Japão não foi diferente. A criação de uma cultura nacional desenvolveu-se no país durante o Período *Meiji* (1868-1912), quando os portos foram abertos às nações estrangeiras, iniciando-se um conjunto de reformas que procuravam a modernização do país. A construção da identidade japonesa deu-se, nesta época, como uma necessidade de afirmação do país perante as nações Ocidentais, mas também perante outras partes da Ásia, onde começou a exercer poder colonial.

Foi precisamente nessa época que o Japão participou ativamente das exposições internacionais que tiveram lugar na Europa e nos Estados Unidos e que a arte japonesa se tornou famosa nos países Ocidentais. A primeira exposição internacional em que o Japão participou foi a *Exposição Internacional de Artes de Viena*, em 1873, e foi nesse contexto que o país se aproveitou politicamente da alta qualidade técnica de seus trabalhos apresentados na categoria de *craft*, devido à excelente recepção que estes tiveram no meio artístico Ocidental. O trabalho manual artesanal tornou-se símbolo da nação recém-criada, algo que o Japão tinha de superior às nações ocidentais. Ter um alto nível técnico era motivo de orgulho nacional e, portanto, deveria ser valorizado. O *craft* japonês tornou-se amplamente influente e até lançou os alicerces para o advento da *arte nouveau* (KARATANI, 1998, p. 152).

Assim, no Período *Meiji*, o Ministério da Casa Imperial implementou medidas de proteção das técnicas tradicionais, com a nomeação de artesãos da Corte Imperial, que incluíam a atribuição de pensões. Estes procedimentos, em vigor de 1890 a 1944, significaram um importante apoio aos artesãos e uma tentativa de preservação das artes tradicionais. Neste sentido, os artistas esforçaram-se em incorporar elementos da técnica tradicional no seu trabalho, retomando técnicas e estilos praticamente extintos.

Este momento coincidiu também com o surgimento do Movimento *Arts & Crafts* na Inglaterra, que se afirmou como uma reação à mecanização imposta pela Revolução Industrial e o consequente aniquilamento da figura do artesão. Assim, os românticos começaram a elogiar os ofícios artesanais do passado no momento em que estes ficaram obsoletos pela reprodução mecânica (KARATANI, 1998, p. 152). No entanto, diferentemente do Ocidente, que conheceu praticamente a extinção dos artesãos tradicionais após a Revolução Industrial, no Japão, devido à industrialização tardia, a manufatura tradicional não chegou a ser abolida.

Foi neste clima que nasceu o movimento estético, representado por John Ruskin na Inglaterra. No Japão, a apreciação estética do trabalho artesanal reforçou o discurso político nacionalista da época, marcado pelo imperialismo e colonialismo. Foi então na década de 30, como reação à crescente modernização e ocidentalização, que o discurso estético foi utilizado politicamente, de forma consciente ou não, por dois famosos pensadores nipônicos, Tenshin Okakura e Soetsu Yanagi.

Okakura herdou a noção ocidental de arte durante seu período como assistente do americano Ernest Fenollosa e a aplicou à arte japonesa. Mas, Karatani (1998, p. 155) defende, foi apenas devido ao fato do *craft* ser o único produto japonês apreciado e exportado que Okakura pôde sublinhar a superioridade da arte Japonesa e a tentativa de representar o Japão por meio dela. Ele também utilizou o Budismo na afirmação da estética japonesa, especialmente por meio dos seus escritos sobre a cerimônia do chá, posicionando-se contra o modernismo e o capitalismo industrial.

Soetsu Yanagi fundou, em 1929, o Movimento *Mingei*, praticamente uma tradução japonesa do movimento britânico *Arts & Crafts*, que procurava a valorização do artesão tradicional, como reação à rápida industrialização e urbanização a que o Japão assistia. Por meio do trabalho do artesão, Yanagi procurou um modo de vida e produção peculiarmente japonês, numa necessidade de afirmação da identidade cultural do país perante a preponderância do modelo ocidental. Segundo Faulkner (2003), o movimento *Mingei* foi “formulado como um instrumento de reforma social e artística que olhava o passado como um modelo para o presente”. Assim, ao procurar no passado uma identificação estética, o discurso de Yanagi aproximou-se do nacionalismo. A beleza dos objetos feitos pelo trabalho coletivo de artesãos anônimos, usando estilos e técnicas tradicionais, que moravam em comunidades rurais, numa relação estreita com a natureza, foi exaltada por Yanagi e apontada como modelo social e artístico. O trabalho destes artesãos foi então apresentado em oposição à lógica capitalista e individualista e à produção massificada, e relacionado aos preceitos originais do Budismo.

As décadas de 1920 e 1930 assistiram também ao surgimento dos estudos folclóricos e à proliferação de escavações arqueológicas em regiões tradicionais de produção cerâmica. A conjugação destes fatores levou a um renascimento da cerâmica usada na cerimônia do chá durante o Período *Momoyama* (1568-1615), que se tornou um poderoso símbolo da cultura tradicional japonesa.

Com a reconstituição do Japão no pós-guerra, as teorias da singularidade japonesa (*nihonjinron*) da década de 30 foram resgatadas e reutilizadas no contexto da

reafirmação da identidade nacional. Esta época, marcada pela crescente difusão de valores e padrões de consumo norte-americanos, assistiu ao ressurgimento de um discurso de afirmação e celebração da cultura japonesa, que procurava “identificar novamente uma essência imutável e única à cultura japonesa” (ODA, 2011, p. 109).

Os escritos *nihonjinron* focaram-se em descrever as qualidades únicas dos japoneses e a estética nipônica foi novamente apresentada como singular pela capacidade particular dos nacionais nipônicos de assimilarem e “traduzirem” para a sua própria realidade ideias e conceitos estrangeiros. Ao contrário de outros casos de etnicidade, que se centram na reflexão sobre a diferença do “outro”, no caso do *nihonjinron*, não é a diferença do outro mas a “nossa” que é enfatizada (GOLDSTEIN-GIDONI, 2005, p. 159). A educação estatal japonesa teve também um papel essencial na disseminação do nacionalismo cultural, por meio da promoção de certos hábitos, valores e comportamentos.

De fato, como Goldstein-Gidoni (2005, p. 157) argumenta, o conceito de cultura japonesa promovida pelos eventos culturais relacionados com o Japão no estrangeiro é “fortemente influenciado pela forma como a cultura japonesa é apresentada pelos Japoneses tanto no Japão como na estrutura dos contatos internacionais organizados. (...) O que é exposto como “cultura japonesa” é geralmente uma cultura “tradicional” endossada oficialmente”.

É essa imagem cultural estereotipada, que enfatiza o conhecimento artesanal tradicional, que é largamente consumida no Japão e no estrangeiro. Não é por acaso que as autoridades japonesas se envolveram intensamente na proteção das propriedades culturais tradicionais no período do pós-guerra, com o estabelecimento do sistema de Importantes Propriedades Culturais Intangíveis. Esse título, mais conhecido como Tesouro Vivo Nacional, é concedido aos artesãos possuidores de técnicas tradicionais consideradas de valiosa importância e tem como objetivo a promoção dos valores tradicionais. Estes valores são, no entanto, nada mais que reflexos da cultura dominante, pois o processo de institucionalização de certos valores inclui sempre, como vimos, a seleção de certos traços em detrimento de outros, no contexto de uma lógica política e de mercado.

Assim, a institucionalização governamental dos ofícios tradicionais na década de 1950 foi, novamente, uma resposta à americanização da cultura japonesa e à crescente industrialização e urbanização e funcionou como um processo de reafirmação nacional,

sob condições muito semelhantes às aquelas em que se produziram os discursos nacionalistas do pré-guerra.

A cultura japonesa tornou-se, então, tanto no Ocidente como no próprio Japão, um produto estereotipado, comercializado e consumido. E, como afirma Ernani Oda (2011, p. 112), “como todo o objeto de consumo, esta noção de cultura japonesa está claramente inserida em um mercado global. Ela deve, portanto, ser atraente não somente ao consumidor interno no Japão, mas também a outros países, cuja aprovação passa a ser determinante para o *status* e o valor dessa “cultura japonesa”.

Esse caráter estereotipado da cultura japonesa reflete-se, como vimos, nas concepções da cerâmica e do modo de vida dos ceramistas nipônicos. De fato, a construção do Japão como “uma Meca dos ceramistas” (FAULNER, 2003), um lugar onde eles têm o *status* de artistas e são recompensados pelo seu mérito, não acontece por acaso, mas advém, pelo contrário, de uma conjuntura específica, uma construção propositada.

O *status* que a cerâmica japonesa adquiriu no Ocidente está estritamente relacionado com o sucesso do zen budismo e, com ele, dos valores estéticos que enfatizam a simplicidade e harmonia, contribuindo para construção de um estereótipo do Japão como país “zen”. Assim, as artes que floresceram com a expansão do zen budismo no século XVI, como a cerimônia do chá (*chanoyu*) ou o arranjo de flores (*ikebana*), que se constituíram, na época, como a cultura dominante, voltam a renascer e a afirmar-se como símbolos estéticos da cultura japonesa no mundo contemporâneo. Esta imagem estereotipada é, ainda hoje, reproduzida como uma predisposição estética única ao povo japonês pelos próprios japoneses e, por isso, é-lhe atribuído o nível de alta-cultura. Ela também enfatiza a diferença entre a cultura japonesa e a ocidental, frisando as peculiaridades singulares da primeira.

No caso da cerâmica japonesa, as peculiaridades apontadas relacionam-se à sua relação com a natureza. O crítico de arte Kenji Kaneko (2007, p. 10 e 11) afirma que os japoneses concebem novas ideias a partir do material e por meio das relações estabelecidas, não por vias conceituais como no Ocidente. Assim, enquanto para a maioria dos ocidentais a forma nasce a partir da criatividade individual, para o ceramista japonês ela brota da sua relação intrínseca com a matéria, que não é nada mais que um fragmento da natureza. Neste processo, a obra surge por um estado *mushin* (de “não-mente”), isto é, pelo esvaziamento para que tudo se torne natural, simples, sem nenhuma ideia premeditada, que vem dos conceitos do zen budismo.

Assim, a interação entre o homem e a natureza parece adquirir um papel primordial na compreensão da cultura japonesa. O físico Hideki Yukawa (1968) enfatiza a importância dessa relação, afirmando que a mentalidade japonesa desprivilegia o modo abstrato de pensar e dá preferência a coisas tangíveis, origem da sua excelência em técnicas artísticas. Yukawa (1968, *passim*) evidencia que a relação do homem japonês com a natureza, longe de ser uma atitude aventureira de confronto, conquista e domínio, como no Ocidente, prima pela adoção de um comportamento passivo e contemplativo e pela procura da união com a natureza. De acordo com o autor, cria-se assim, no Ocidente, um ambiente propício para desenvolver a ciência, consequência de um modo racional de pensar, enquanto no Japão, ao evitar o confronto, procura-se manter a estabilidade existente. Essa tendência de conciliação e de convivência com a natureza seria expressa nas artes tradicionais, como a cerâmica.

Estas representações da relação do japonês com a natureza expressam-se na visão que é construída do ceramista nipônico, passível de ser observada no Brasil. Isto porque, como afirma Goldstein (2005), a cultura japonesa tornou-se não apenas um produto objetificado, mas também um produto que pode ser separado da sua localização geográfica original e comercializado no mercado cultural global. Assim, prolongando a imagem do Japão como “misterioso”, “diferente” e “exótico” amplamente difundida no Ocidente desde as feiras internacionais do século XIX, continua-se promovendo uma imagem distinta dos produtos japoneses no mundo globalizado, que expõe a “cultura japonesa” como “espetáculo” (GOLDSTEIN-GIDONI, 2005, *passim*).

No Brasil, a expansão da culinária japonesa na sociedade brasileira foi instrumental para a difusão da cerâmica nipônica. Constituindo-se como “um *cultural set* “consumido” somente dentro da comunidade *nikkei* até à década de 70 (...), a partir da década de 80 ela também começa a ser apreciada pelos brasileiros não-*nikkei*, principalmente os de classe média e alta” (MORI, 2003, p. 7). Esta expansão da culinária japonesa implicou um aumento da demanda por produtos adequados à sua contenção, ou seja, recipientes em cerâmica. De fato, a venda para os restaurantes era, nas décadas de 70 e 80, um dos principais destinos da produção comercial e artística de vários ceramistas *nikkei*.

Este processo contribuiu para a criação e expansão de um mercado especializado em cerâmica e porcelana remissivas da estética nipônica, que implicou também a objetificação de produtos artísticos e a criação de estereótipos em relação aos próprios ceramistas.

De fato, a maioria dos ceramistas japoneses que imigraram para o Brasil nas décadas de 60 e 70 trouxe consigo processos tradicionais e uma visão “japonesa” do fazer cerâmica, que contribuiu para a construção de uma visão generalista e estereotipada aplicada a todos os ceramistas *nikkei*. Apesar da vinda para o Brasil estar relacionada com uma procura de liberdade artística ao fugir do rigor da tradição japonesa, os ceramistas de primeira geração trouxeram para o Brasil a tradição da qual estavam tentando se libertar e preocuparam-se em passá-la para as gerações mais jovens.

Dentro dos processos tradicionais destes ceramistas inclui-se a queima em fornos japoneses alimentados a lenha (*anagama* e *noborigama*), a recolha local da matéria-prima (argilas e esmaltes) e a modelagem das peças em tornos manuais trazidos do Japão. A importância dada ao processo de fabrico e a proximidade com a natureza passível de ser observada no próprio processo, na inspiração para as formas e motivos decorativos e no próprio estilo de vida, é sem dúvida uma forte herança cultural nipônica. De entre os ceramistas japoneses residentes no Brasil analisados (Shoko Suzuki, Mieko Ukeseki, Akinori Nakatani e Kenjiro Ikoma), todos utilizam processos de fabricação tradicional, vivem e trabalham em regiões afastadas dos grandes centros urbanos e veem a matéria como um elemento essencial que toma parte decisiva na produção da obra. Estes traços considerados característicos dos ceramistas japoneses, não se aplicam, no entanto, a muitos dos ceramistas de segunda e terceira geração, com exceção daqueles que aprenderam cerâmica no Japão ou com ceramistas japoneses no Brasil.

Parece-nos então que esses traços característicos dos ceramistas *nikkei*, mais do que algo inerente ao pensamento japonês, são heranças nipônicas aprendidas no seio da cultura e sociedade japonesas, por meio de um processo semelhante à teoria da prática, elaborada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997). O autor, ao contrário de reproduzir uma visão essencialista e primordialista, concebe a cultura no seio do conceito de *habitus*, que define como um sistema pré-consciente de disposições adquiridas por meio do inculcamento, especialmente durante a infância, que gera a prática cotidiana (BORDIEU, 1997). Assim, segundo a teoria de Bordieu, a prática cultural, na qual se incluem os costumes e as tradições, tem uma natureza pré-consciente e apresenta uma estreita relação com o poder político. A manutenção do processo tradicional de produção cerâmica e o discurso sobre esse processo pelos

ceramistas japoneses residentes no Brasil seriam, então, formas inconscientes de manutenção da cultura dominante, historicamente produzida.

Podemos observar, então, que as representações da identidade e cultura japonesa no discurso e ação dos ceramistas japoneses residentes no Brasil reproduzem os simulacros incutidos pelo sistema de “formadores de opinião”, usando a metáfora do mito da caverna de Platão. O modo “japonês” de pensar e agir está presente na sua relação com o processo de fazer cerâmica e na sua visão do mundo como ceramista, mas não deve ser analisado como algo primordial e inerente a todos os japoneses, até porque o Japão não é um país étnica ou culturalmente homogêneo. Esse modo “japonês” de ser é, sim, uma construção simbólica politicamente estabelecida, inculcada pelo sistema de educação, reproduzida na organização social japonesa e refletida no discurso pessoal e na prática cotidiana destes ceramistas. A “cerâmica japonesa” é, então, um símbolo nacional, uma representação, um discurso, que adquire importante papel na construção da identidade do ceramista nipônico, no Japão e no Brasil.

Bibliografia

- FAULKNER, Rupert. **Cultural Identity and Japanese Studio Ceramics**. In _____.
Quiet Beauty: Fifty Centuries of Japanese Folk Ceramics from the Montgomery Collection. Virginia: Art Services International, 2003.
Disponível em: < <http://www.asianart.com/exhibitions/quietbeauty/intro.html> >.
Acesso em: 17 abril 2012.
- BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. Lisboa: Celta, 2006.
- GOLDSTEIN-GIDONI, Ofra. The Production and Consumption of
'Japanese Culture' in the Global Market. **Journal of Consumer Culture**, número 5, p. 155-179, 2005.
- GUIBERNAUD, Montserrat; REX, John. **The Ethnicity Reader: Nationalism, Multiculturalism and Migration**. London: Polity, 1997.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1992.
- HOBBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- KANEKO, Kenji. Modern Craft, Kōgei, and Mingei: Learning From Edmund de Waal's Study of Bernard Leach. In WAAL, Edmund de. **Berunarudo Richi Saikō: Sutajio Potari to Tōgei no Gendai** (Repensando Bernard Leach: cerâmica de estúdio e cerâmica contemporânea). Tokyo: Shibunkaku Publishing Co., 2007.
- KARATANI, Kojin. Uses of Aesthetics: After Orientalism. **Boundary 2**, volume 25, número 2, p. 145-160, 1998.
- ODA, Ernani. Interpretações da "Cultura Japonesa" e seus Reflexos no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, volume 26, número 75, p. 103-117, 2011.
- TAI, Eika. Rethinking Culture, National Culture and Japanese Culture. **Japanese Language and Literature**, número 37, p. 1-26, 2003.