



Interin

E-ISSN: 1980-5276

interin@utp.br

Universidade Tuiuti do Paraná

Brasil

Nochi Suzuki, Helen Emy; Palma Mungioli, Maria Cristina  
Telenovela e produção de sentidos identitários no contexto de imigração brasileira no  
Japão: recepção, discursos e formas de consumo  
Interin, vol. 22, núm. 1, enero-junio, 2017, pp. 94-110  
Universidade Tuiuti do Paraná  
Curitiba, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504454375007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## **Telenovela e produção de sentidos identitários no contexto de imigração brasileira no Japão: recepção, discursos e formas de consumo**

Telenovela and meaning production of identity in the context of Brazilian immigration in Japan: reception, discourses and forms of consumption

Helen Emy Nochi Suzuki

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil. E-mail: helenochis@usp.br

Maria Cristina Palma Mungiolli

Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade São Paulo, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil. Estágio Pós-doutoral na Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3, França. E-mail: crismungiolli@usp.br

### **Resumo:**

O artigo discute alguns resultados de pesquisa sobre a produção de sentidos de identidade brasileira, nos discursos de imigrantes brasileiros no Japão, a partir do enfoque dos temas e discursos da telenovela *Amor à Vida* (Globo, 2013/2014). O estudo de caso com observação participante, realizado no Japão, incorpora em seu quadro teórico as discussões de Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008), Bakhtin (2003) e Bakhtin-Volochínov (2010). A pesquisa de campo observou etnograficamente imigrantes brasileiros radicados naquele país em sua rotina de assistir à telenovela *Amor à Vida*, de setembro a dezembro de 2013. O estudo demonstrou a centralidade desse formato como elemento de construção de sentidos identitários, tanto em nível pessoal quanto coletivo. Nos discursos coletados de imigrantes brasileiros, observamos sentidos que remetiam a experiências de vida e de consumo cultural, fortemente marcadas pela intensa negociação de sentidos de identidade brasileira em contexto estrangeiro.

### **Palavras-chave:**

Telenovela; Produção de sentidos de identidade; Consumo cultural; Imigrantes brasileiros no Japão.

### **Abstract:**

The article discusses research results on the meaning production of Brazilian identity in the discourse of Brazilian immigrants in Japan, based on the theme and speeches of telenovela *Amor a Vida* (Globo, 2013/2014). The case study with participant observation carried out in Japan incorporates in its theoretical framework the discussions of Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008), Bakhtin (2003), and Bakhtin-Volochínov (2010). From September to December 2013, based on some ethnographic techniques, the research observed the telenovela watching routine of Brazilian immigrants. The study demonstrated this audiovisual product as the central element in the construction of the

identity meanings, both personally and collectively. In the discourses collected from Brazilian immigrants, we observed meanings that refer to life experiences and cultural consumption, strongly marked by the intense negotiation of Brazilian identity meanings in a foreign context.

**Keywords:**

Telenovela; Production of senses of identity; Cultural consumption; Brazilian immigrants in Japan.

**Introdução**

O artigo<sup>1</sup> discute alguns resultados da pesquisa<sup>2</sup> cujo objetivo foi analisar a produção de sentidos de identidade brasileira nos discursos de imigrantes brasileiros que moravam no Japão havia mais de cinco anos. O *corpus* da pesquisa se constituiu por meio dos discursos que giravam em torno dos temas apresentados na telenovela *Amor à Vida* (Globo 2013/2014)<sup>3</sup>. A pesquisa de campo foi realizada de setembro a dezembro de 2013. Como técnica de coleta foi utilizada a observação participante por meio da qual foram acompanhadas seis famílias ao longo de uma semana durante a assistência das telenovelas brasileiras. As tramas acompanhadas eram transmitidas pelo canal por assinatura da IPCTV, afiliada da Rede Globo em território japonês.

Neste trabalho, a telenovela é considerada como matriz cultural de acordo com os estudos de Martín-Barbero (2008). Nessa perspectiva, a telenovela constitui-se social e simbolicamente de maneira dialética por meio das relações sociais e culturais, ancorando a construção de sentidos de memória e imaginário social. Os dados coletados em campo por meio da pesquisa permitiu-nos observar a presença da telenovela - e, mais precisamente, dos temas por ela abordados -, para além de sua manifestação nos discursos estritamente sobre a telenovela. Foram observados usos e

<sup>1</sup> Artigo originalmente apresentado no XIV Congresso Internacional IBERCOM 2015 realizado em São Paulo, SP. A versão agora publicada sofreu alterações levando em conta as contribuições ocorridas durante as discussões na Divisão Temática (DT) do referido congresso. Em função dessas alterações e dos objetivos do presente texto, julgamos mais adequado alterar o título para o constante no presente artigo.

<sup>2</sup> Como se trata de pesquisa de mestrado, a pesquisa de campo foi realizada apenas pela primeira autora deste texto sob orientação da segunda autora.

<sup>3</sup> Telenovela de Walcyr Carrasco produzida pela Globo e exibida de 20/05/2013 a 31/01/2014, às 21 horas, com 221 capítulos. A telenovela teve direção geral de Mauro Mendonça Filho. Fonte: Memória Globo. **Ficha técnica, 2014.** Informação disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/amor-a-vida/amor-a-vida-ficha-tecnica.htm>>. Acesso em: 10/01/2017.

práticas envolvidos na recepção desses programas nas discussões e vivências familiares, considerando o cotidiano desses brasileiros no contexto de imigrantes. As discussões efetuadas neste artigo apoiam-se em Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008) e Bakhtin (2003, 2010).

## 2 Brasileiros como imigrantes no Japão

Em meados dos anos 1980, o Brasil vivia o processo de redemocratização com o fim da ditadura militar. No plano econômico, o país passava por uma grande crise marcada por recessão econômica, inflação e desemprego. No cenário internacional, com o fim do comunismo e a abertura de novos mercados, alguns países como o Japão, cuja tecnologia avançada competia no mercado internacional, necessitavam urgentemente de mão de obra para suprir as necessidades da indústria. Esse conjunto de fatores culminou com a criação de uma legislação regulamentando a contratação de trabalhadores estrangeiros o que levou ao aumento da população de brasileiros naquele país. No final da década de 1980, o movimento migratório de brasileiros para o Japão, então designado como movimento *dekassegui*<sup>4</sup>, intensifica as relações já existentes entre os dois países. Em 2008, a grande crise econômica registrada no Japão e no mundo levou à diminuição drástica do número de brasileiros em território japonês. Apesar disso, de acordo com as estimativas atualizadas em novembro de 2016, referentes ao ano de 2015 sobre a distribuição de brasileiros no mundo, o Japão é o terceiro destino mais procurado pelos brasileiros. Em primeiro lugar estão os Estados Unidos (1.410.000), seguidos pelo Paraguai (332.042), *Japão* (170.229), Reino Unido (120.000) e Portugal (116.271)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> O termo “dekassegui” refere-se ao descendente de japonês, portanto, trabalhador brasileiro que se dirige ao Japão com intuito de trabalhar buscando maiores recompensas financeiras que aquelas encontradas no Brasil. Trata-se, portanto de um projeto de permanência temporária no Japão. O termo foi muito utilizado desde o início do fenômeno das migrações de brasileiros ao Japão, mas tornou-se datado. Com a permanência de brasileiros como residentes fixos no Japão, passou-se a utilizar a denominação “imigrante”. SUZUKI, Helen Emy Nochi. A telenovela e a produção de sentidos de identidade brasileira no discurso de imigrantes brasileiros no Japão. 2014. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. doi:10.11606/D.27.2014.tde-27012015-152805, p.60-62, Acesso em: 12/06/2017.

<sup>5</sup> Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Estimativas populacionais das comunidades brasileiras no mundo 2015. Informação disponível em: <<http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/a->

Muitos imigrantes brasileiros que estão no Japão são descendentes ou estão ligados à ascendência japonesa no Brasil por parentesco ou casamento. Isso se deve à legislação para contratação de trabalhadores estrangeiros de junho de 1990, que abria espaço para o recrutamento de descendentes de japoneses para trabalhar em fábricas e principalmente nas médias e pequenas empresas do setor eletrônico então em expansão. Conforme explica Kawamura (2003), tratava-se de uma tentativa de amenizar as dificuldades e diferenças culturais. Embora a integração dos descendentes *nikkeys* (segunda geração) parecesse menos problemática aos japoneses, ela também foi marcada por um longo processo de estratégias de sobrevivência em terras japonesas por parte desses imigrantes. Processo marcado por fases que vão desde a primeira ideia de permanência temporária até o enraizamento e a aceitação da sua própria condição como imigrante. Tal trajeto implica muitas adequações de experiência pessoal e coletiva, levando a negociações de sentido de identidade pessoal e coletiva. Conforme afirma Bhabha (1998, p. 21), essa situação acarreta a formação de uma arena de negociações em que “os embates de fronteira acerca de diferença cultural têm tanta possibilidade de serem consensuais quanto conflituosos”. Nesse cenário, situam-se a dificuldade de compreensão da língua japonesa, a saudade das práticas da vivência brasileira, comidas, a cultura e valores brasileiros, e modos de ver o mundo. Redimensionam-se pequenas coisas e diferenças culturais que precisam ser acomodadas numa situação emergencial para que se torne possível a convivência em terra estrangeira. Parte dessa reconstrução identitária surge nos discursos analisados como poderemos ver mais adiante.

### 3 A telenovela brasileira como matriz cultural

Consideramos com Martín-Barbero (2008) a telenovela como uma matriz cultural latino-americana que se constitui sobre o rico e popular cimento do melodrama - não mais o entendido sob o rígido e empobrecedor olhar da ideologia da Indústria Cultural. Essa mudança de perspectiva, para o autor, permite que esse produto cultural possa ser analisado considerando seu papel na constituição da

---

comunidade/estimativas-populacionais-das-comunidades/Estimativas%20RCN%202015%20-%20Atualizado.pdf>. Acesso em: 10/01/2017.

INTERIN, v. 22, n. 1, jan./jun. 2017. ISSN: 1980-5276.

Helen Emy Nochi Suzuki; Maria Cristina Palma Mungioli. Telenovela e produção de sentidos identitários no contexto de imigração brasileira no Japão: recepção, discursos e formas de consumo. p. 94-110.

cultura, da memória e do imaginário social. O melodrama, nessa concepção, configura-se como uma forma de ressignificação no espaço do cotidiano, de ativação da memória, “um intercâmbio que é confusão entre narrativa e vida, entre o que faz o ator e o que se passa com o espectador, sinal de identidade de uma outra experiência literária que se mantém aberta a reações, desejos e motivações do público.” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 309). Na sociedade brasileira, as telenovelas possuem um papel fundamental na configuração de um espaço de cultura e memória como destacado por Martín-Barbero e corroborado por Lopes (2004, p. 125) já que “essas histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes por seu significado cultural”.

Nesse sentido, é importante pensar na difusão dos meios de comunicação vistos da perspectiva cada vez mais intensa dos processos de migrações de pessoas. Os enunciados das telenovelas ganham novas significações em outros territórios físicos e simbólicos<sup>6</sup> estabelecidos para além das fronteiras físicas do território brasileiro e confluem para a constituição de *culturas híbridas* (CANCLINI, 2000). Dessa forma, falar de telenovela brasileira, sobretudo a partir de sua recepção por brasileiros no Japão, apresenta-se para nós como uma maneira de estudar as relações de construção de identidade brasileira a partir de um “material precioso para entender a cultura e a sociedade de que é expressão” (LOPES, 2004, p. 125).

Nesse cenário, é preciso considerar a importância que a televisão - e a telenovela em especial - adquire na sociedade brasileira.<sup>7</sup> Wolton (1996, p. 154) afirma que a consolidação da televisão brasileira como meio de comunicação de massa tem lugar por meio de um processo em que a televisão privada assume para si um “papel social, nacional e cultural” e passa a ser “a vitrina” do país. Para o

<sup>6</sup> De acordo com Haesbaert (1997) “o território deve ser visto na perspectiva não apenas de um domínio ou controle politicamente estruturado, mas também de apropriação que incorpora uma dimensão simbólica, identitária e, porque não dizer, dependendo do grupo ou classe social a que estivermos nos referindo, afetiva.” (HAESBAERT 1997, p. 41).

<sup>7</sup> Para o desenvolvimento desse raciocínio, devem-se levar em conta as discussões a respeito do sentimento de nacionalismo e de integração nacional (sobretudo na América do Sul) efetuadas por Martín-Barbero (2008) principalmente na terceira parte do livro *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Também devem ser considerados os textos pioneiros acerca das telenovelas brasileiras e suas inter-relações com o sentimento de nacionalidade apresentados por Renato Ortiz, Sílvia H. S. Borelli e José M. O. Ramos (1988) no livro *Telenovela: história e produção*. Além de livros como: *O carnaval das imagens*, de Michele & Armand Mattelart (1998); *Elogio do grande público*, de Dominique Wolton (1996); *Os exercícios do ver*, de Jesús Martín-Barbero e Germán Rey (2004); *Ficção e Política: o Brasil nas minisséries*, de Narciso Lobo (2000).

pesquisador francês, a televisão no Brasil fortaleceu o laço social na medida em que atingiu todas as classes sociais que, de alguma forma, viram-se representadas em uma televisão de caráter geralista.

Martín-Barbero (2008) afirma que o melodrama é o gênero preferido na América Latina. Talvez essa ligação com o melodrama tenha um pouco do que o autor apresenta como uma identidade que se reconhece pelo outro. O autor afirma ainda que nos conhecemos pelo que afeta a nós e à nossa família, ou seja, aos que estão próximos de nós, incluindo a vizinhança. Dessa forma, a família e a vizinhança também fazem parte da história pessoal que se insere na história local e na história mais ampla. Assim, é o tempo da família e de seu cotidiano que faz a mediação do tempo da vida (do indivíduo), com o tempo da história (tempo da nação e do mundo). Para o autor, “começamos a suspeitar que o que faz a força da indústria cultural e o que dá sentido a essas narrativas não se encontra apenas na ideologia, mas na cultura, na dinâmica profunda da memória e do imaginário”. (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 308). Nessa perspectiva, pensar o melodrama e “pensar o popular a partir do massivo não significa, ao menos não automaticamente, alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 311).

Ao acompanhar famílias brasileiras em seu cotidiano no Japão, buscamos investigar a produção de sentidos de identidade individual e nacional. As emoções que a telenovela suscita e que são vivenciadas no cotidiano familiar, além de marcar as tramas da narrativa, também são associadas a um determinado momento da vida desse sujeito, que também se articula de maneira dialética na constituição de um horizonte social (BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, 2010). Dessa forma, consideramos, de acordo com Martín-Barbero (2008), que acompanhar os sujeitos da pesquisa em suas enunciações sobre a narrativa da telenovela também demarca o universo real e particular do indivíduo.

Outro fator amplamente discutido em termos de telenovela brasileira e um dos seus diferenciais em relação às demais produções do gênero no espaço latino-americano é a sua inter-relação com a realidade cotidiana do brasileiro (MOTTER, 2003). O que se distingue na narrativa da telenovela é a releitura de uma realidade do contexto brasileiro na qual ações/comportamentos dos personagens frente aos

problemas fazem-nos refletir acerca do mundo em que vivemos e das relações sociais e de poder que nele atuam.

No contexto de nossa pesquisa, foi preciso levar em conta essas características da telenovela brasileira frente aos olhares construídos por pessoas que negociam valores e costumes de duas culturas: a brasileira e a japonesa. Como se dá o ato de assistir à telenovela brasileira no Japão? Quais são os discursos produzidos a partir da telenovela? Quais são os usos e práticas dessa recepção? De que forma se concretiza o consumo televisivo no cotidiano dos brasileiros que moram no Japão? Como o imbricamento dos elementos matriciais da telenovela brasileira permite observar as construções identitárias dos sujeitos da pesquisa? Tais questionamentos nos impulsionaram a refletir sobre a recepção da telenovela brasileira entre os imigrantes brasileiros que moram no Japão.

#### **4 Telenovela e migração: recepção, discursos e formas de consumo da telenovela**

Quando planejamos a realização da pesquisa, tínhamos em mente trabalhar a telenovela como um dispositivo de aglutinação, em que todos da família se reunissem para vê-la. Mas as configurações familiares encontradas no Japão e com as quais trabalhamos nos mostraram possibilidades diversas dessa concepção inicial. Por vezes, “a família” era “uma pessoa só”, visto que alguns sujeitos moravam sozinhos e, pelo menos até então, não tinham constituído família. Talvez nem o fizessem, uma vez que sua orientação homoafetiva<sup>8</sup> e o trabalho acelerado na dinâmica de suas vidas no Japão, assim não lhes permitiam. Outra constatação foi que, mesmo nas famílias heteroafetivas com filhos no Japão, nem sempre a telenovela proporcionava um momento de reunião familiar. Cada membro da família vivia suas vidas separadamente, com interesses e gostos distintos. Nesse sentido a

---

<sup>8</sup> O casamento entre pessoas do mesmo sexo não é reconhecido no Japão. O distrito de Shibuya, em Tokyo foi o primeiro a reconhecer a união homoafetiva entre japoneses em 31 de março de 2015. No entanto, essa união civil não concede os mesmos direitos de um casamento. Fonte: Globo.com. Mundo, 31 mar. 2015. Informação disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/03/distrito-de-toquio-se-torna-o-primeiro-reconhecer-uniao-gay-no-japao.html>>. Acesso em: 10/01/2017.



antropóloga Lili Kawamura (2003) explica essa dinâmica de vida a partir da discussão em torno da dinâmica do trabalho, pois, como a maioria dos brasileiros trabalhadores no Japão mantém-se ligada à ideia do retorno ao Brasil depois de alcançar o sucesso financeiro, a dedicação ao trabalho acaba por se estender e caracterizar a vida privada desses imigrantes<sup>9</sup>. As famílias de trabalhadores brasileiros que vivem no Japão acabam por misturar a sua cultura brasileira e seu modo de viver com o modo local do Japão. O presente estudo considera a família com base nessas dinâmicas de práticas e vivências misturadas. Pois, segundo Kawamura (2003), essas vivências partilhadas<sup>10</sup> configuram um processo de concepção das relações sociais de um lado e de outro, ou seja, do estrangeiro e do nativo, em que a base cultural do ser, seu *background* cultural se cruza e se mescla.

A busca pelos sujeitos que comporiam a amostra foi feita pessoalmente em locais de comércio (mercearias, restaurantes, escolas, salões de beleza etc.) e em outros espaços frequentados por brasileiros (parques, condomínios, chá de bebê, aniversários e gincanas escolares). Nesses locais, além de apresentarmos pessoalmente a pesquisa a eventuais interessados em participar, distribuíamos folhetos e cartões com o endereço do site para posterior contato. Para compor a amostra, as pessoas deveriam morar no Japão há mais de três anos, pois consideramos esse período de tempo como mínimo e necessário para adaptação. Também foram levadas em consideração as cidades de moradia dos sujeitos da pesquisa, detectando locais em que os brasileiros estavam mais presentes.

No presente artigo trabalharemos com três sujeitos: Momi, Xande e Mariana<sup>11</sup> que foram selecionados para compor a amostra a partir das respostas que deram ao questionário disponível no site criado para a pesquisa nos idiomas português, inglês e japonês.

Consideradas essas questões referentes à composição da amostra da pesquisa, neste tópico trataremos efetivamente dos usos e das práticas de assistir à telenovela.

<sup>9</sup> Kawamura (2003, p. 156), "O tempo livre, reduzido, é usado para cuidar da sobrevivência (comer, fazer compras, dormir, cuidar dos afazeres domésticos, cuidar dos filhos etc.), e restam poucas horas diárias para o lazer, principalmente considerando-se o sábado como um dia de trabalho normal".

<sup>10</sup> As vivências partilhadas são consideradas por Kawamura (2003, p. 167) como parte de um processo cultural, ou seja, como "encontros e desencontros culturais, expressos em acomodações; distanciamentos; conflitos; e na emergência de novas formas culturais decorrentes da miscigenação de aspectos de ambas as culturas, como estratégias para enfrentar a vida cotidiana".

<sup>11</sup> Os nomes dos sujeitos da pesquisa foram modificados. Todos os dados de idade e vida no Japão referem-se ao período da pesquisa de campo, entre setembro e dezembro de 2013.

Nesse sentido, destacamos: as implicações culturais compreendidas por meio da telenovela que traduzem em significados para o cotidiano de Momi; a linguagem da telenovela que funciona como ativador de instâncias para a compreensão da palavra no âmbito da construção do sentido para Xande; as práticas de consumo possíveis por meio da telenovela como percebemos nos discursos de Mariana. A seguir, descrevemos brevemente os sujeitos da pesquisa:

- Momi tem 35 anos, é japonesa e cantora. Mora com o esposo na cidade de Shizuoka, na província de mesmo nome. Quando solteira, morou nove meses no Brasil onde conheceu seu esposo, um afrodescendente brasileiro que migrou para o Japão onde ganhou concursos de músicas e deu início a uma carreira promissora. Porém, até o momento da pesquisa não era fluente em japonês, mas Momi falava e entendia razoavelmente bem o português. Quando estava no Brasil, Momi aprendeu a gostar de telenovela e, assiste sempre no Japão pela IPCTV<sup>12</sup>, afiliada da Globo. Às vezes, tem dificuldade para entender as expressões utilizadas pelos personagens da telenovela e sempre que isso acontece, precisa da ajuda do marido para compreender o significado da palavra utilizada.
- Xande tem 42 anos e nasceu em São Paulo. No Japão, mora sozinho em um apartamento pequeno na cidade de Yokohama, província de Shizuoka. Xande estudou até o Ensino Médio no Brasil e, em 1990, com 18 anos, foi para o Japão pela primeira vez. É descendente japonês e trabalha como cuidador de idosos ou de pessoas com necessidades especiais. Adora telenovela e sempre assiste a todas. Hoje em dia já é fluente em japonês e se sente bem adaptado ao estilo de vida local.
- Mariana é filha de mãe descendente de japonês e pai não descendente. Tem 39 anos e mora há 22 anos no Japão. Sua casa é própria, nova e confortável. Ela mora na cidade com maior concentração de brasileiros do Japão, Hamamatsu, na província de Shizuoka. A casa possui dois andares e uma decoração com influências do Oriente Médio. Seu esposo é paquistanês,

<sup>12</sup> O canal Globo Internacional foi lançado em 1999 e está presente em 118 países por via satélite, cabo e IPTV (*Internet Protocol Television*). Fonte: Globo Internacional. Informação disponível em: <[https://www.facebook.com/pg/GloboInternacional/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/GloboInternacional/about/?ref=page_internal)>. Acesso em 10/01/2017.

muçulmano e não fala muito bem o idioma japonês, tampouco entende a língua portuguesa, enquanto Mariana só fala português e entende muito pouco de japonês. A comunicação entre eles é caracterizada por muitas confusões linguísticas já que ambos se comunicam numa mistura de japonês e português, mas sempre com bom senso e muita boa vontade.

#### 4.1 Telenovela em contexto de migração: produzindo sentidos no cotidiano

Para falar de Momi, lembramos as palavras de Certeau (2008, p. 93): “assim uma vez analisadas as imagens distribuídas pela TV, e os tempos que se passa assistindo aos programas televisivos, resta ainda perguntar o que é que o consumidor *fabrica* com essas imagens e durante essas horas.” Para Momi, a telenovela é como se fosse uma escola onde se aprende palavras, gírias e expressões da língua portuguesa. Mas também a telenovela funciona, em particular para ela, como um minissistema que possibilita compreender os valores de seu marido. Pois, muitas coisas no comportamento do marido, que não é um descendente de japoneses e sim um afrodescendente, ela entende por meio da telenovela. Ela percebe que alguns gostos e preferências dele, são particularmente, gostos e preferências que os brasileiros traduzem como sendo de “bom tom”. Isso se explica quando ele prefere que ela use roupas de sedas e adereços que estão na moda no Brasil e que são mostrados na telenovela, como foi o caso do figurino da personagem Helô (Giovanna Antonelli) na telenovela *Salve Jorge* (Globo 2012/2013). Essa personagem utilizava camisas de seda com estampas e calças que remetiam a estilo que se pode dizer chique. Ou seja, para os padrões de seu esposo, roupas de seda são roupas mais caras e elegantes e que denotam um status social superior. Porém, de acordo com Momi, na cultura local, a moda fashion pop possui uma estética que valoriza a desenvoltura da mulher e o natural em relação à utilização de tecidos de algodão e cortes despojados com roupas leves e informais. E isso é exatamente o contrário do que ele considera de bom gosto. Nesse sentido, precisamos considerar que seu marido já possui uma cultura matriz consolidada e os processos de aderência quando submetido

a outra cultura diferente da sua serão ancorados nas percepções adquiridas da sua matriz original brasileira. Segundo explica Benedict (2013, p. 173), “a imensa maioria dos indivíduos nascidos numa sociedade adota o comportamento prescrito por essa sociedade, sejam quais forem as idiossincrasias de suas instituições”. Dessa forma, a telenovela apresenta-se como um fator importante de narrativa para a formação, e no caso de Momi, do entendimento da identidade pessoal e social de seu esposo. Bhabha (1998, p. 199) propõe a construção cultural de nacionalidade “como uma forma de afiliação social e textual”, como uma estratégia de “identificação cultural e de interpretação discursiva”. Segundo esse raciocínio, a produção cultural representa a nacionalidade, pois “a força narrativa e psicológica que a nacionalidade apresenta na produção cultural e na projeção política é efeito da ambivalência da ‘nação’ como estratégia narrativa” (BHABHA, 1998, p. 200).

Momi não procura com a telenovela apenas compreender como ou por que tais ações e comportamentos dos personagens ocorrem de determinada maneira, mas também busca compreender as ações e os comportamentos mostrados para entender a ação e o modo de pensar de seu marido, uma vez que isso se reflete no seu cotidiano diretamente. Para Momi, o interesse não é pela narrativa propriamente dita, mas o que se encerra nela de peculiar, o que dela se traduz como ação em sua vida particular. E, a telenovela, por retratar a sociedade brasileira e sua cultura, permite que nela estejam inseridos elementos que conjugam os comportamentos e ações dos personagens de acordo com os comportamentos aceitos/não aceitos na sociedade brasileira. Segundo Lopes (2009, p. 22) “falar hoje de cultura no Brasil é falar necessariamente da telenovela brasileira”. Nesse sentido, entendemos, de acordo com Eliot (2011), os termos *indivíduo*, *grupo* ou *classe* e *conjunto da sociedade* devem ser considerados para se entender a cultura. Pois, “a cultura de um indivíduo é dependente da cultura de um grupo ou classe, e que a cultura de um grupo ou classe é dependente da cultura do conjunto da sociedade à qual pertence aquele grupo ou classe.” (ELIOT, 2011, p. 23). Segundo o autor, a cultura do indivíduo é contrastada com o *background* da cultura do grupo e da sociedade. Logo, o conjunto do que é a formação individual do ser é composto do conjunto social em que ele está inserido. Assim, quando Momi observa os personagens e suas ações na telenovela comparando com as ações, comportamentos, gostos e preferências do seu esposo, o

que na realidade ela está fazendo é apreendendo a cultura do outro. “A cultura de um indivíduo não pode ser isolada daquela do grupo, e que a cultura do grupo não pode ser abstraída daquela do conjunto da sociedade.” (ELIOT, 2011, p. 26).

#### 4.2 A compreensão da palavra

Já Xande afirma que assiste à telenovela para não esquecer o idioma. Ele também acha que os enredos e a língua falada presentes na narrativa, por serem vivos, são construídos no entendimento social coletivo enquanto acontecem, ou seja, levando em conta o contexto de enunciação e o horizonte social (BAKHTIN-VOLOCHINOV, 2010). No entender de Xande, vários termos, gírias ou expressões são renovados e disseminados através da telenovela.

*- Eu assisto telenovela porque não quero esquecer o idioma, a linguagem que vai mudando. No Brasil, quando eu fui, ouvi um monte de gírias, umas coisas que não dava para entender e eu pensava: O que significa? O que ele está querendo dizer com isso?*

Dessa forma, ver telenovela é uma forma de se manter atualizado com o modo de expressão dos brasileiros. Segundo Bakhtin-Volochínov (2010), a compreensão do discurso só pode se dar em um contexto preciso. Isso implica dizer que, para o estudioso russo, cada enunciação é como ato único e irreproduzível - embora circunscrito social e ideologicamente pelo quadro social mais amplo - constitui-se como enunciado próprio repleto de sentidos vivenciais.<sup>13</sup> Para Xande, não era o problema de entendimento da língua em si, mas, do que aquela determinada palavra estava significando para aquele contexto. Vemos, nessa utilização do discurso da telenovela por Xande, a ocorrência de uma atitude responsiva (BAKHTIN, 2003). Para Bakhtin, quando o interlocutor percebe o significado (linguístico e social) do que se está falando, simultaneamente se posiciona como um interlocutor em posição responsiva, ou seja, concorda ou

<sup>13</sup> Cf. Bakhtin-Volochínov (2010, p. 99), “a palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida”.

discorda do que ouve.<sup>14</sup> Dessa forma “toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva (embora o grau desse ativismo seja bastante diverso); toda compreensão é prene de resposta.” (BAKHTIN, 2003, p. 271). Visto dessa forma, a assistência que Xande faz da telenovela brasileira não se configura apenas como um momento de assimilação das falas das personagens (gírias ou expressões verbais e gestuais), mas, principalmente, por uma atitude que envolve reflexão e análise em torno dos significados construídos pelo enunciado da telenovela.

#### 4.3 Telenovela: produzindo sentidos culturais de identidade e consumo

Já Mariana considera que a telenovela impulsiona o consumo material, principalmente das tendências e escolhas de moda para as mais jovens. Em Hamamatsu, cidade com grande concentração de brasileiros e que possui um comércio voltado a esse público, as roupas que aparecem na telenovela são consumidas pelas adolescentes que pagam caro por essa moda importada do Brasil.

*- No Japão, as brasileiras assistem à novela e pedem, nas lojas brasileiras, roupas de novela. Hoje os brasileiros já compram coisas do Japão, é claro, mas as meninas, elas ficam de olho. A minha filha olha na novela e fica de olho nas roupas do Brasil. Também olha no site da Globo.com e, como não é uma coisa tão diferente, quer dizer, no Brasil, os vestidos de “periguete” de lá, serão usadas aqui como blusa!!*

Mariana relata, nesse caso, um fenômeno que já se sabia existir desde a época do crescimento da presença dos brasileiros no Japão. Com a presença maciça dos brasileiros e a necessidade de produtos que lembrem a sua terra natal, cresce também o número de estabelecimentos comerciais e redes de distribuição desses produtos por todo o Japão. Principalmente nos primeiros anos da década de 1990, utilizando caminhonetes (tipo Van) que percorriam os lugares em que os brasileiros moravam,

<sup>14</sup> Cf. Bakhtin (2003, p. 271), “[...] o ouvinte, ao perceber e compreender o significado (linguístico) do discurso, ocupa simultaneamente em relação a ele uma ativa posição responsiva: concorda ou discorda dele (total e parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara-se para usá-lo, etc.; essa posição responsiva do ouvinte se forma ao longo de todo processo de audição e compreensão”.

as lojas e outras formas de comércio ambulante levavam seus produtos de consumo: desde comidas e enlatados até livros, revistas e programas televisivos. Além disso, aproveitando a eficiente rede de entregas de empresas particulares japonesas que realizam o serviço com a facilidade de hora marcada e contam com sistema de refrigeração para produtos perecíveis, essas lojas distribuíam seus produtos encomendados por telefone (ainda não existia internet) para todo o Japão. Muitos brasileiros conseguiram abrir frentes de negócios no Japão, primeiramente visando ao atendimento do público brasileiro. Porém, depois de mais de vinte anos de integração Brasil-Japão, as influências também refletiam no Brasil. Principalmente em São Paulo, com maior concentração de descendentes de japoneses, e especificamente no bairro da Liberdade que, já no início dos anos 2000, apresentou estabelecimentos como padarias com influências claras da leva de brasileiros que retornaram e aqui abriram seus negócios nos mesmos estilos existentes hoje no Japão.

Assim, houve um intercâmbio de negócios proporcionado pela migração de pessoas e a ampliação de culturas, tanto no Japão quanto no Brasil. Os brasileiros que retornaram ao Brasil trouxeram consigo a cultura apreendida nas terras japonesas, assim como os brasileiros que permaneceram por lá, sentiram a necessidade de criar redes de lojas e abastecimentos dos mais diversos que lhes trouxesse lembranças da pátria, praticidade ou simplesmente o costume e o gosto pela preferência por produtos brasileiros.

## 5 Considerações finais

A discussão e análise de alguns dos elementos observados na pesquisa de campo envolvendo a recepção da telenovela *Amor à Vida* no Japão por brasileiros buscou relacionar os discursos captados durante a observação participante com as formas de usos e práticas de consumo simbólico a partir da telenovela brasileira. Os resultados mostraram como territórios geográficos e simbólicos se imbricam por meio das telenovelas, cujos discursos e temas acabam se constituindo não apenas como fonte de entretenimento, mas principalmente como espaço de reflexão e

discussão de costumes e valores. Enfim, como espaço privilegiado para a negociação de identidades pessoais, sociais e étnicas; cada uma delas guardando suas especificidades em relação à construção de um imaginário do que é ser brasileiro e do que é ser brasileiro no Japão. Mais especificamente sobre a construção de sentido das telenovelas, observamos que, em nossa pesquisa, determinada ação, seus dilemas e comportamentos de personagens retratados na telenovela descortinam uma série de respostas (no sentido bakhtiniano) marcadas pela heterogeneidade constituinte de toda e qualquer pessoa, incluindo os sujeitos de nossa pesquisa. Assim, podemos perceber diferentes usos e percepções da telenovela. Momi a utiliza para entender o sistema de pensamento do seu marido. Para ela, essas tramas ficcionais funcionam como uma espécie de “manancial” de informações que ela precisa compreender para viver melhor. Já Xande atualiza sua maneira de falar e também usa a telenovela para perceber um Brasil que fisicamente está distante da sua realidade. Então, para Xande, a telenovela ativa um aspecto de sua construção identitária em relação à sociedade brasileira e, de certa forma, constrói também seu lugar no espaço japonês local. Por meio dos discursos de Mariana, podemos perceber como a trama ficcional funciona como um parâmetro social de difusão de percepções que impulsionam o consumo local entre os imigrantes brasileiros no Japão.

A análise realizada desvelou que os brasileiros que assistem à telenovela no Japão manifestam em seus discursos sentidos e valores que foram construídos com base em sua matriz cultural brasileira. Porém, tais sentidos e valores são sistematicamente *reconfigurados* pela situação em que se encontram, divididos entre dois lugares, o de nascimento e o de moradia. Também foi possível identificar nos discursos produzidos pelos entrevistados como foram negociados diversos aspectos que envolvem as grandes diferenças entre a cultura japonesa e a cultura brasileira. Constatamos que o processo de vivência em território japonês necessitou de uma *adequação*, fato que é comum a todo estrangeiro em qualquer país. Essa adaptação é um processo de “ganhos e perdas”, um jogo de negociações para se acomodar à nova cultura local. Nesse sentido, cabe destacar a centralidade da telenovela como forte elemento de contato e de compreensão identitária entre a cultura brasileira e a japonesa, propiciando comparações, estranhamentos, reconhecimentos, reconfigurações nos sentidos identitários de indivíduo, grupo social e etnia em



contexto de migração. Os resultados da pesquisa demonstram como tais análises são valiosas para entendermos como a cultura do outro nos influencia, como a nossa cultura nos aproxima e como se hibridiza formando uma nova “outra cultura”, nem melhor nem pior, mas diferente.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

BENEDICT, Ruth. **Padrões de cultura**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

CANCLINI, Néstor. García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da Modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: arte de fazer. Petrópolis: Vozes, 2008.

ELIOT, Thomas S. **Notas para a definição de cultura**. São Paulo: É Realizações, 2011.

DISTRITO de Tóquio se torna o primeiro a reconhecer união gay no Japão.

**GLOBO.COM**. 2015. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/03/distrito-de-toquio-se-torna-o-primeiro-reconhecer-uniao-gay-no-japao.html>>. Acesso em: 10/01/2017.

**GLOBO INTERNACIONAL**. **Sobre**. Disponível em:

<[https://www.facebook.com/pg/GloboInternacional/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/GloboInternacional/about/?ref=page_internal)>. Acesso em: 10/01/2017.

HAESBAERT, Rogério. **Des-territorialização e identidade**: a rede “gaúcha” no Nordeste. Niterói: EDUFF, 1997.

KAWAMURA, Lili. **Para onde vão os brasileiros?** imigrantes brasileiros no Japão. São Paulo: Editora Unicamp, 2003.

LOBO, Narciso. **Ficção e política**: o Brasil nas minisséries. Manaus: Valer, 2000.

LOPES, Maria Immacolata V. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: Lopes, Maria Immacolata V. (Org.). In: **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

LOPES, Maria Immacolata V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, ano3, n. 1, p. 21-49, ago./dez. 2009.

MATTELART, Michèle; MATTELART, Armand. **O carnaval das imagens: a ficção na TV**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Senac, 2004.

MEMÓRIA GLOBO. **Ficha técnica, 2014**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/amor-a-vida/amor-a-vida-ficha-tecnica.htm>>. Acesso em: 10/01/2017.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO BRASIL. **Estimativas populacionais das comunidades brasileiras no mundo: 2015**. Disponível em: <<http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/a-comunidade/estimativas-populacionais-das-comunidades/Estimativas%20RCN%202015%20-%20Atualizado.pdf>>. Acesso em: 10/01/2017.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e Realidade: a construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura 2003.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário. Ortiz. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

WOLTON, Dominique. **O elogio do grande público: uma teoria crítica de televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

Recebido em: 15.01.2017

Aceito em: 31.03.2017