
Telenovela como matriz cultural: recepção, discursos e formas de consumo

HELEN EMY NOCHI SUZUKI¹

MARIA CRISTINA PALMA MUNGIOLI²

Resumo: O artigo analisa 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), considerando a telenovela como matriz cultural (Martín-Barbero, 2008). 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. O estudo de caso com observação participante teve como quadro teórico as discussões de Hall (2006, 2009, 2012), Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008) e Bakhtin (2003, 2010). A pesquisa de campo observou etnograficamente imigrantes brasileiros radicados no Japão havia mais de cinco anos em sua rotina de assistir à telenovela *Amor à Vida* de setembro a dezembro de 2013. O estudo demonstrou a centralidade da telenovela como elemento de construção identitária tanto em nível pessoal quanto coletivo. Os embates de valores e a própria reconfiguração de identidades (individual e coletiva) se manifestaram nos discursos que se referiam à telenovela que, por sua vez, produzia sentidos não apenas como entretenimento, mas principalmente como matriz cultural brasileira frente à cultura oriental.

Palavras-Chave: Telenovela. Produção de sentidos de identidade. Consumo cultural. Imigrantes brasileiros no Japão.

Abstract: The article analyzes the production of sense of Brazilian identity in the discourse of Brazilian immigrants living in Japan from the focus on the themes and discourses of *Amor à Vida* soap opera (Globo, 2013/2014), considering it as cultural matrix (Martín-Barbero, 2008). In the speeches collected from Brazilian immigrants, we have observed senses that refer to life experience and cultural consumption strongly marked by the intense negotiation of sense of Brazilian identity in foreign context. The case study with participants' observation had as theoretical basis the discussions of Hall (2006, 2009, 2012), Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008) and Bakhtin (2003, 2010). The field research ethnographically observed Brazilian immigrants living in Japan for more than five years during their routine of watching the Brazilian soap opera *Amor à Vida* from September to December 2013. The research showed the centrality of the soap opera as an

1. Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – ECA/USP. E-mail: helenochis@usp.br.

2. Professora Doutora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. E-mail: crismungioli@usp.br.

element of identity construction that works on personal as well as collective levels. The clash of values and the identity reconfiguration (individual and collective) were showed in the discourse referring to the soap opera which in its turn produced meaning not only as entertainment but mainly as Brazilian cultural matrix against the Eastern culture.

Keywords: Soap Opera. Production of senses of identity. Cultural consumption. Brazilian immigrants in Japan.

INTRODUÇÃO

O PRESENTE ARTIGO discute alguns resultados da pesquisa que culminou com a dissertação de mestrado *A telenovela e a produção de sentidos de identidade brasileira no discurso de imigrantes brasileiros no Japão*, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.³ A pesquisa teve por objetivo analisar a produção de sentidos de identidade brasileira nos discursos de imigrantes brasileiros que moravam no Japão havia mais de cinco anos, em 2013 - momento da coleta de dados. 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). A pesquisa de campo foi realizada de setembro a dezembro de 2013, utilizando como técnica de coleta a observação participante por meio da qual foram acompanhadas seis famílias ao longo de uma semana durante a assistência das telenovelas brasileiras transmitidas no Japão pelo canal por assinatura da IPCTV, afiliada da Globo no Japão.

Neste trabalho, a telenovela foi considerada como matriz cultural segundo os estudos de Martín-Barbero (2008). Sob essa perspectiva, a telenovela constitui-se de maneira dialética por meio das relações sociais e culturais, ancorando a construção de sentidos de memória e imaginário social. A coleta de dados em campo por meio da pesquisa participante permitiu-nos observar a presença da telenovela - e, mais precisamente, dos temas por ela abordados -, para além de sua manifestação verbal nos discursos. Foram observados usos e práticas envolvidos na recepção desses programas nas discussões e vivências familiares considerando o cotidiano desses brasileiros no contexto de um país estrangeiro. O quadro teórico ancora-se nas discussões de Hall (2006, 2009, 2012), Bhabha (1998), Martín-Barbero (2008) e Bakhtin (2003, 2010).

BRASILEIROS COMO IMIGRANTES NO JAPÃO

Em meados dos anos 1980, o Brasil vivia o processo de redemocratização com o fim da ditadura militar e no plano econômico 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, no Japão, de uma legislação regulamentando a contratação de trabalhadores

3. A pesquisa foi realizada por Helen Emy Nochi Suzuki sob orientação da Profa. Dra. Maria Cristina Palma Munglioli e foi apoiada pelo Programa Santander de Bolsa de Mobilidade Internacional e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

estrangeiros o que levou ao aumento da população de brasileiros no Japão. No final da década de 1980, o movimento migratório de brasileiros para o Japão, então designado como movimento *dekassegui*⁴, intensifica as relações já existentes entre Brasil e Japão. Em 2008, a grande crise econômica registrada no Japão e no mundo levou à diminuição drástica do número de brasileiros no Japão, mesmo assim, de acordo com as estimativas referentes a 2013 sobre a distribuição de brasileiros no mundo, o Japão é o terceiro destino mais procurado pelos brasileiros. Em primeiro lugar estão os Estados Unidos (1.066.842), seguidos pelo Paraguai (459.760), *Japão* (186.051), e Portugal (162.190)⁵.

Muitos imigrantes brasileiros que estão no Japão são descendentes ou estão ligados à ascendência japonesa no Brasil por parentesco ou casamento. Isso porque a legislação para contratação de trabalhadores no Japão, promulgada em junho de 1990⁶, buscava recrutar descendentes japoneses para trabalhar em fábricas e principalmente nas médias e pequenas empresas do setor eletrônico em expansão. Conforme explica Kawamura (2003), essa resolução foi 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 migratório marcado por fases que vão desde a primeira ideia de permanência temporária até o enraizamento e a aceitação da sua própria condição como imigrante, implicando nessa trajetória muitas adequações de experiência pessoal e coletiva e seus desdobramentos em consequentes negociações de sentido de identidade pessoal e coletiva. Conforme 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 coletados como poderemos ver mais adiante.

A TELENVELA 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 considerado 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 cultura, da memória e do

4. 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”.

5. Fonte: Ministério das Relações Exteriores do Brasil, 2013.

6. Em junho de 1990 foi promulgada a Lei de Controle de Imigração do Japão que concede visto de residência de longo prazo para os descendentes de japoneses (*nikkeis*) sul-americanos até a terceira geração (*sanseis*). Fonte: Ciate. Centro de Informação e Apoio do Trabalhador no Exterior (2014). Recuperado de www.ciate.org.br/informacao-geral-sobre-japao/a-comunidade-brasileira-no-japao/.

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).

A questão da identidade e da cultura são pontos importantes quando se trata das configurações sociais e, na sociedade brasileira, as telenovelas possuem um papel fundamental, já que “essas histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes por seu significado cultural” (LOPES, 2004, p. 125). Nesse, sentido também 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 simbólicos⁷ 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 assistência 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, para além do produto telenovela propriamente dito, a importância que a televisão e a telenovela propriamente dita adquire na sociedade brasileira.⁸ 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 pesquisador francês, a televisão no Brasil serviu como “[...] fio condutor para uma sociedade confrontada com o problema da modernização” (WOLTON 1996, p. 156). 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. As telenovelas já com grande sucesso dentre os programas televisivos, por seu alcance em termos de audiência, organizam a grade televisiva da maior emissora do país, expandindo e, à vezes, determinando a audiência para os programas anteriores e/ou posteriores a elas. Dessa forma, a teledramaturgia funciona como um elemento articulador da grade da Globo. A telenovela é um elemento que define a grade de programação e traz o público para perto da emissora, com tramas que discutem valores e problemas da sociedade brasileira.

7. De acordo com Haesbaert (1997, p. 41), “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 apud MONDARDO; GOETTERT, 2008, p. 295).

8. É interessante, para o desenvolvimento desse raciocínio, levar em conta as discussões efetuadas 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 no livro de Renato Ortiz, Sílvia H. S. Borelli e José M. O. Ramos (1988) *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 Jesus Martín-Barbero e German Rey (2004); *Ficção e Política: o Brasil nas minisséries*, de Narciso Lobo (2000).

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. É nesse sentido, de se reconhecer pelo outro, que o autor apresenta o “drama do reconhecimento” na narrativa melodramática. Já que “o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e se disfarça: uma luta por se fazer reconhecer” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 306). Nessa linha, Martín-Barbero (2008) afirma ainda que nos conhecemos pelo que afeta a nós e à nossa família. Dessa forma, a família e a vizinhança também fazem parte da história da minha vida que está na história local, então, é o tempo da família que faz a mediação do tempo da vida (do indivíduo), com o tempo da história (tempo da nação e do mundo). O autor aponta que “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).

Considerando as dimensões que a telenovela e a televisão assumem entre os brasileiros, ao acompanhar famílias brasileiras em seu cotidiano no Japão, buscamos investigar a produção de sentidos de identidade nacional e individual. As emoções que a telenovela suscita e que são vivenciadas dentro do cotidiano familiar, além de marcar as tramas da narrativa, também são associados 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 seus desdobramentos discursivos frente à narrativa da telenovela também demarca o universo real e particular do indivíduo. Fator amplamente discutido em termos de telenovela brasileira e um dos seus diferenciais em relação a outras produções do gênero no espaço latino-americano é a sua inter-relação com a realidade cotidiana do brasileiro (Motter, 2003). O que se distingue dentro da 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 acima discutidos 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.

RECEPÇÃO, DISCURSOS E FORMAS DE CONSUMO DA TELENVELA

A intenção primeira da pesquisa de campo foi acompanhar as famílias na assistência da telenovela. Quando imaginamos a realização da pesquisa, pensamos em famílias como a conhecemos, mais comumente, no nosso núcleo familiar brasileiro e, na telenovela como um dispositivo de aglutinação, em que todos se juntassem para vê-la. Mas as famílias encontradas no Japão nos mostraram possibilidades diversas dessa compreensão que tínhamos de início. 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 e o trabalho acelerado na dinâmica de suas vidas no Japão, assim não lhes permitiam. Outra constatação foi que, mesmo nas famílias heterossexuais com filhos no Japão, nem sempre a telenovela era um motivo de aglutinação da família. Todos viviam suas vidas separadas, com interesses e gostos distintos. Nesse sentido a antropóloga Lili Kawamura (2003) explica essa dinâmica de vida baseada no trabalho, pois, como a maioria dos brasileiros trabalhadores no Japão mantém-se ligados à ideia do retorno ao Brasil depois de alcançar o sucesso financeiro no exterior, é a dedicação ao trabalho que acaba por pontuar o âmbito da vida privada desses imigrantes⁹.

Ou talvez, essa dinâmica entre os brasileiros que moram no Japão em relação às preferências distintas e à falta de um momento “aglutinador” no dia-a-dia, como ocorre nas famílias de classe média do Brasil, seja influenciada pela cultura das famílias tradicionais japonesas, nas quais os momentos de “aglutinação” são as refeições. Mesmo assim, no Japão, cada membro da família preserva à sua maneira suas próprias preferências em termos de lazer, aí incluídos os programas televisivos. Entre os japoneses, há uma grande diferenciação por algo que chamarei aqui de “categorias”, que são marcadores ou diferenciações aceitas socialmente e reproduzidas na convivência social: por idades – os gostos de cada um, a sua turma; por gênero – o que se entende como uma tarefa do universo masculino ou feminino; por status dentro da família – o que se entende que é função do pai, da mãe, do primogênito ou do caçula. Considerando que as famílias brasileiras 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 vivências misturadas. Pois, segundo Kawamura (2003), essas vivências partilhadas¹⁰ 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.

Considerada essa especificidade na seleção dos sujeitos da pesquisa, neste tópico trataremos efetivamente dos usos e das práticas de assistir à telenovela em nosso estudo de caso; as implicações culturais compreendidas por meio da telenovela que traduzem

9. Cf. Kawamura (2003, p. 156), “A maior parte da vida dos imigrantes brasileiros é dedicada ao trabalho, situação que se acentua em épocas de abundância de horas extras. [...] 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”.

10. 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”.

em significados para o cotidiano de Momi; a linguagem da telenovela que funciona como um 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, ela morou nove meses no Brasil onde conheceu seu atual esposo, um afrodescendente brasileiro que migrou para o Japão e ganhou concursos de músicas começando uma carreira promissora nessa área naquele país. Porém, até hoje ele não é fluente em japonês, mas Momi fala e entende razoavelmente bem o português. Quando estava no Brasil, ela aprendeu a gostar de telenovela e, assiste sempre no Japão pela IPCTV¹¹, afiliada da Globo. Ela, 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 e 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.

Significados do 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

11. O canal Globo Internacional foi lançado em 1999 e está presente em 118 países. A programação do canal internacional é direcionada para brasileiros, portugueses e lusófonos espalhados pelo mundo. Sua transmissão acontece via satélite, cabo e IPTV (*Internet Protocol Television*), com qualidade digital que abrange os cinco continentes: África, América, Ásia, Europa e Oceania, atingindo no total 620 mil assinantes, segundo site da Globo Internacional (Recuperado de <http://tvglobointernacional.globo.com>). No Japão, a Globo Internacional está presente através da IPCTV, uma afiliada (que repassa o sinal da geradora, mas também acrescenta seu conteúdo local) da Rede Globo cuja programação, no Japão, pode ser acessada através da operadora SKY Perfect TV! (via satélite) ou através da operadora FiberTV (via IPTV).

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 muita estampa e calças de tecido num estilo social chique. Ou seja, para os padrões de seu esposo, roupas de seda são roupas mais caras e elegantes. Porém, na cultura local japonesa, o *fashion* é exatamente o contrário, mas a percepção dele é uma percepção social do que se apreende 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 idiosincrasias 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).

Então, 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 se 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. Então, segundo Lopes (2009, p. 22) “falar hoje de cultura no Brasil é falar necessariamente da telenovela brasileira”. Aqui, pensaremos a cultura segundo Eliot (2011), para quem 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. Portanto, 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).

A compreensão da palavra

Já Xande assiste à telenovela para não esquecer o idioma. Ele também acha que os enredos e a língua falada que é mostrada na narrativa, por ser algo vivo, são construídos no entendimento social coletivo enquanto acontece. Por isso, 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?

Então 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.¹² 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) do que se está falando, simultaneamente se posiciona como um interlocutor em posição responsiva, ou seja, concorda ou discorda do que ouve.¹³ 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 prenhe 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.

12. 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”.

13. 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”.

Percepções sobre o consumo

Outro sujeito da pesquisa, Mariana, considera que a telenovela impulsiona o consumo material, principalmente das tendências e escolhas de moda para as mais jovens. Em Hamamatsu, cidade japonesa 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 "periquete" 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, quando as recompensas financeiras eram bem mais acentuadas, o comércio étnico para brasileiros não ficou restrito aos locais onde se estabeleceram as lojas, pois, as lojas encontravam meios de ir até os brasileiros. Utilizando caminhonetes (tipo Van) que percorriam os lugares em que os brasileiros moravam, 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 brasileiras 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 do Japão e abriram seus negócios no Brasil 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão e análise da recepção da telenovela no Japão por brasileiros buscou relacionar os discursos captados durante a observação participante com as formas de usos e práticas de consumo 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 para reflexão, 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 a partir da telenovela. Momi utiliza a telenovela para entender o sistema de pensamento do seu marido. Para ela, a telenovela funciona 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 uma construção identitária de sua pessoa em relação à sociedade brasileira e, de certa forma constrói também seu lugar no espaço japonês local. Através de Mariana podemos perceber como a telenovela funciona como um parâmetro social de difusão de percepções que impulsionam o consumo local entre os imigrantes brasileiros que moram 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 esses 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 que marcam 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 terras que não são as suas. Essa adaptação é um processo de “ganhos e perdas”, um jogo de negociações para se acomodar à nova cultura local. Essas análises são valiosas para entendermos como a cultura do outro nos influencia, como a nossa cultura nos aproxima e como ela se hibridiza formando uma nova “outra cultura”, nem melhor nem pior, mas diferente.

REFERÊNCIAS

- Bakhtin, M. (2003). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bakhtin-Volochínov, M. (2010). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 14. ed. São Paulo: Hucitec.
- Benedict, R. (2013). *Padrões de cultura*. Petrópolis: Vozes.
- Bhabha, H. (1998). *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG.

- Canclini, N. G. (2000). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da Modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Certeau, M. (2008). *A invenção do cotidiano: arte de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- Ciate. Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior. (2014). *A comunidade brasileira no exterior*. Recuperado de <http://www.ciate.org.br/informacao-geral-sobre-japao/a-comunidade-brasileira-no-japao/>.
- Eliot, T. S. (2011). *Notas para a definição de cultura*. São Paulo: É Realizações.
- Haesbaert, R. (1997). *Des-territorialização e identidade: a rede "gaúcha" no Nordeste*. Niterói: EDUFF.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (2009). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG.
- Hall, S. (2012). Quem precisa da identidade? In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. (pp. 103–133). Petrópolis: Vozes.
- Kawamura, L. (2003). *Para onde vão os brasileiros? – imigrantes brasileiros no Japão*. São Paulo: Editora Unicamp.
- Lobo, N. (2000). *Ficção e Política. O Brasil nas minisséries*. Manaus: Valer.
- Lopes, M. I. V. (2004). Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: Lopes, M. I. V. (Org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola.
- Lopes, M. I. V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, ano3(1), 21-49.
- Mattelart, M., & Mattelart, A. (1998). *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense.
- Martín-Barbero, J. (2008). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Martín-Barbero, J., & Rey, G. (2004). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac.
- Ministério das Relações Exteriores do Brasil. (2013). *Estimativas populacionais das comunidades brasileiras no mundo 2013*. Recuperado de <http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/a-comunidade/estimativas-populacionais-das-comunidades>.
- Mondardo, M. L., & Goettert, J. D. (2008). Territórios simbólicos e de resistência na cidade: grafias da pichação e do grafite. *Terr@Plural*, Ponta Grossa, 2 (2), 293-308. Recuperado de <http://unbral.nuvem.ufrgs.br/base/files/original/f5840a86f2680e8537f273d40f346bdb.pdf>.
- Motter, M.L. (2003). *Ficção e Realidade: a construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura.
- Ortiz, R., Borelli, S. H. S., & Ramos, J. M. O. (1988). *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense.
- Wolton, D. (1996). *O elogio do grande público: uma teoria crítica de televisão*. São Paulo: Ática.