

**POPPU KARUCHAA (ポップカルチャア):
MEDIÇÕES DA CULTURA POP NIPO-BRASILEIRA
NO CENÁRIO DIGITAL**

**POPPU KARUCHAA (ポップカルチャア):
MEDIATIONS OF NIPO-BRAZILILIAN POP CULTURE
IN THE DIGITAL SCENARIO**

**Mariany Toriyama Nakamura
Giulia Crippa**

Resumo: Este trabalho objetiva abordar a presença da cultura pop nipo-brasileira nos meios digitais por meio de expressões culturais dos fãs brasileiros de mangás e animes, moda e prática *cosplay* cujos conteúdos são compartilhados na internet. Como metodologia estruturou-se estudo exploratório fundamentado em pesquisa bibliográfica dos conceitos relacionados aos avanços das tecnologias de informação e comunicação e os espaços emergentes da rede, bem como a abordagem das expressões da cultura pop nipo-brasileira. Utilizou-se também de observação do campo de atividades do público em questão e a projeção das mesmas no cenário digital. Considerou-se que, no contexto de convergência midiática, como proposto por Henry Jenkins, o domínio das tecnologias de informação e comunicação pelos fãs da cultura pop japonesa desencadeou uma produção diversificada de conteúdos que se refletem nas várias possibilidades de apropriação cultural, construindo, para o público brasileiro uma cultura pop nipo-brasileira distinta, cujo sentido de pertencimento é essencial.

Palavras-chave: Cultura pop nipo-brasileira. Fandom. Tecnologias de Informação e Comunicação. Cultura digital. Mediação cultural.

Abstract: This work aims to approach the presence of Japanese-Brazilian pop culture in digital media by means of cultural expressions of Brazilian fans of manga and anime, fashion and cosplay practice whose contents are shared on the internet. As methodology, an exploratory study was based on a bibliographical research of the concepts related to the advances of information and communication technologies and the emerging spaces of the network, as well as the approach of expressions of Brazilian pop culture. It was also used to observe the field of activities of the public in question and the projection of them in the digital scenario. It was considered that, in the context of media convergence, as proposed by Henry Jenkins, the field of Information and Communication Technologies by fans of Japanese pop culture triggered a diversified production of contents that are reflected in the various possibilities of cultural appropriation, building for the Brazilian public a distinct Japanese-Brazilian pop culture whose sense of belonging is essential.

Keywords: Japanese-Brazilian pop culture. Fandom, Information and Communication Technologies. Digital culture. Cultural mediation.

1 Introdução

Nos últimos dois anos a cultura pop nipo-brasileira foi foco das discussões do VII e VIII FIB (Fórum de Integração Bunkyo) realizados em 2015 e 2016¹. A proposta de 2015 pretendia identificar de forma mais abrangente como o interesse pela cultura japonesa integra as pessoas; já em 2016, promoveu a importância do uso das redes sociais pelas Associações, percebendo-se uma aproximação maior com a cultura pop e com as mídias digitais como fortalecedores da comunidade nipo-brasileira. Neste sentido, esta pesquisa tem por objetivo abordar a constituição de uma cultura pop nipo-brasileira distinta das características globais e cujas manifestações se dão no cenário digital. Para tanto são analisadas as atividades de fãs brasileiros de mangás (história em quadrinhos), animes (desenhos animados), prática *cosplay* e *j-fashion* (moda lolita) uma vez que a internet possibilita novas formas de contato e relacionamentos sociais, participação e compartilhamento de informações e saberes.

Este trabalho teve como processos metodológicos o estudo exploratório fundamentado em pesquisa bibliográfica dos conceitos aqui apresentados e utilizou-se de observação do campo para levantamento de atividades e produções de fãs da cultura pop japonesa no Brasil e a projeção das mesmas no cenário digital. Os fãs, segundo Jenkins (2009), sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia e o fascínio pelos universos ficcionais muitas vezes levam a novas formas de produção cultural, o que os tornam produtores de conteúdos bastante ativos. As mudanças que se dão nas relações entre público e indústria cultural devem muito às diferentes maneiras com que as pessoas se apropriam das tecnologias de informação e comunicação tornando o cenário cultural contemporâneo cada vez mais complexo.

Por se tratar de uma versão resumida de pesquisa ainda em andamento, o *corpus* teórico e a conceituação do objeto não estão aqui detalhados.

2 Desenvolvimento

Entende-se por cultura pop uma gama de produtos e práticas orientadas de acordo com os interesses da indústria cultural propagadas massivamente por diferentes recursos midiáticos. A cultura pop japonesa, segundo Luyten (2005), é representada sob várias formas que abarcam a música popular, os karaokês, os animes e os mangás. Mostra-se como reflexo "da sociedade na qual vivemos e não se restringe somente ao aspecto estético, mas

¹ O Fórum de Integração Bunkyo é um evento realizado anualmente pela Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e Assistência Social (Bunkyo) com o objetivo de incentivar a troca de experiências entre as associações e entidades nipo-brasileiras.

desempenha um papel importante atingindo da mesma maneira todas as pessoas em um sentido cultural mais amplo" (LUYTEN, 2005, p.7). Neste trabalho são abordados mangás, animes, prática *cosplay* e *jfashion* (representada pela moda lolita) uma vez que se destacam entre consumo e produções de fãs brasileiros. Essas abordagens são essenciais para compreender o cenário de consumo e práticas culturais pelos fãs e como se relacionam com as tecnologias de informação e comunicação.

2.1 Cultura pop nipo-brasileira: a comunidade de fãs brasileiros do pop japonês

Jenkins (2015) aponta que, inicialmente, os fãs eram ridicularizados e mal representados, porém, no cenário atual de convergência, já são considerados ativos, engajados e críticos no que diz respeito aos bens culturais que consomem.

Diferente de outros consumidores, os indivíduos otaku não se limitavam a apenas um campo de consumo e constantemente migravam a outros para consumir produtos relacionados ao seu interesse original. Por possuírem um grande conhecimento de diferentes campos, os indivíduos otaku puderam ser empregados para criar novos conceitos de mercado, testar a qualidade dos produtos e divulgá-los em seus grupos, revitalizando a indústria do entretenimento. (KATEKAWA, 2016, p.55).

O fenômeno otaku gera implicações que são abordadas por autores como Hiroki Azuma (2009) - que trabalha a ideia de que o consumo tem se realizado de maneira "animalizada", ou seja, focada apenas no prazer momentâneo que o produto proporcionará. Uma das questões também levantadas nos estudos sobre comunidades de fãs é o conceito de *fandom*² transcultural discutido por Amaral e Tassinari (2016) com base na abordagem de Chin e Morimoto (2013). Os *fandoms* transculturais consistem em grupos específicos cujas afinidades transpõem fronteiras culturais e onde produtos de outras culturas sejam reapropriados em outro lugar de acordo com os meios e contextos culturais disponíveis. Neste sentido também são acrescentadas as discussões de autores como Frédéric Martel (2015) a respeito de culturas de nicho e a ideia de a internet não ser apenas um fenômeno global, mas sim algo que atravessa influências locais e regionais promovendo um processo de "territorialização" da *web*. Assim, discute-se neste trabalho a composição de uma cultura pop nipo-brasileira com características distintas apontando processos de apropriações diferenciadas e hibridizações conforme Néstor Garcia Canclini (2013) e Stuart Hall (2011).

2.2 Cultura da convergência, apropriações e práticas de fãs

Os avanços nas atuais tecnologias de informação e comunicação têm impactado a sociedade contemporânea no que tange a educação, comportamento e as relações sociais e

² Termo que designa comunidades de fãs que compartilham dos mesmos gostos.

culturais. No cenário de cultura da convergência, Jenkins (2009) faz menção a fluxos de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos e comportamentos do público na busca de experiências de entretenimento satisfatórias. É preciso pensar em três aspectos chave: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Conceitos também trabalhados por Pierre Lévy (1998).

A cultura da convergência descreve um momento em que fãs são centrais às maneiras como a cultura opera. O conceito de público ativo, tão controverso há duas décadas, é agora dado por garantido por todos os envolvidos com a indústria midiática. As novas tecnologias permitem que consumidores comuns arquivem, anotem, se apropriem e recirculem conteúdos midiáticos. (JENKINS, 2006, Localização 65-67, New York University Press, Ebook Kindle. Tradução livre)

O consumo dos produtos da cultura pop japonesa no Brasil também se firmou em conjunto com outras atividades, como trocas informais entre fãs. As práticas de *scanlation* (digitalização e tradução de histórias em quadrinhos) e *fansubbing* (tradução, legendagem e circulação de desenhos animados) são dois exemplos de práticas da comunidade de fãs que vêm acompanhando a indústria cultural - de mangás e animes - a fim de preencher as lacunas de mercado apontadas pelos interesses de culturas de nichos. Além dessas, muitas outras manifestações são compartilhadas na web, como por exemplo vídeos disponibilizados no *Youtube* com encenações de *cosplayers* e divulgação de eventos no *Facebook*, como as "Corridas Naruto"³, promovidas em vários estados brasileiros. Em São Paulo, uma das edições do evento, realizada em julho de 2016, reuniu centenas de pessoas na Avenida Paulista. Eventos semelhantes têm sido promovidos entre fãs nos Estado Unidos em 2017.

3 Conclusão

Em vista do destaque que a cultura pop japonesa vem recebendo na última década, no Brasil também percebemos a valoração de seus produtos e a visibilidade das produções culturais dos fãs brasileiros principalmente quando pensamos no contexto de convergência e de disponibilidade de conteúdos diversificados que circulam pelo cenário digital. A convergência não engloba apenas serviços produzidos comercialmente e que circulam por circuitos regulados e previsíveis, mas ocorre essencialmente quando as pessoas assumem o controle das mídias. No caso da cultura pop nipo-brasileira podemos acrescentar o sentido de pertencimento nas comunidades de fãs como um fator essencial, perceptível, por exemplo, ao observar o *cosplay* como um ritual de identificação dentre as práticas de comunidades ligadas pela cultura pop. Neste sentido, a facilidade em se apropriar de mídias digitais e de referências

³ Corrida Naruto consiste em reproduzir a forma como corre o protagonista do famoso anime Naruto, de Masashi Kishimoto, exibido entre 2007 e 2011 no Brasil.

VI Seminário de Pesquisa em Ciência da Informação do PPGCI 2017
Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo

do pop japonês, e, com isso, facilitar a criação e recriação de conteúdos pelos indivíduos - sem excluir as influências locais sobre essas produções - além de gerar diversas possibilidades de apropriações, torna mais complexo o cenário de convergência, muitas vezes descrito como um processo global.

Assim, consideramos essencial discutir os processos de apropriação e mediação cultural e da informação sob o âmbito da participação e de processos colaborativos uma vez que são ideias pertinentes ao contexto de convergência a que se propõe este trabalho.

Referências

- AMARAL, Adriana; TASSINARI, Larissa. Fãs transculturais: apropriações nas práticas de shipping dos fãs brasileiros de K-POP no Facebook. **Vozes&Diálogos**, Itajaí, vol.15, n.01, 2016. Disponível em:<<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/8711/5138>>. Acesso em: 20 jun. 2017.
- AZUMA, Hiroki. **Otaku**: Japan's database animals. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2013.
- CHIN, Bertha; MORIMOTO, Lori Hitchcock. Towards a theory of transcultural fandom. **Participations**, Newcastle, vol.10, 2013. Disponível em:<<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2017.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A, 2011.
- JENKINS, Henry. **Fans, bloggers, and gamers**: exploring participatory culture. Nova Iorque: New York University Press, 2006. (Ebook Kindle)
- JENKINS, Henry. **Invasores de texto**: fãs e cultura participativa. Tradução Érico Assis. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2015.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KATEKAWA, Henrique Eidin. **O fenômeno otaku**: de problema social à solução política. 2016. Dissertação (Mestrado em Cultura Japonesa). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Sociais. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998.
- LUYTEN, Sônia M. Bibe (Org.). **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005.
- MARTEL, Frédéric. **Smart**: O que você não sabe sobre a internet. São Paulo: Editora José Olympio, 2015. Kindle Edition.
- Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, São Paulo, v. 13, n. esp., p. 51-56, set. 2017.

VI Seminário de Pesquisa em Ciência da Informação do PPGCI 2017
Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo

Sobre as autoras:

Mariany Toriyama Nakamura

Doutoranda PPGCI ECA-USP (marianynakamura@usp.br)

Giulia Crippa

Livre Docente em Ciência da Informação USP.

Professora associada da FFCLRP-USP (giuliac@ffclrp.usp.br)