



Universidade de Brasília
Instituto de Letras - IL
Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução – LET
Curso de Letras-Japonês

Camila Diniz da Silva

**Rosa Miyake como veículo de representações da identidade do
imigrante japonês no Brasil: um estudo de caso**

Brasília

2013

CAMILA DINIZ DA SILVA

Rosa Miyake como veículo de representações da identidade do imigrante japonês no Brasil: um estudo de caso

Monografia apresentada ao Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução do Instituto de Letras da Universidade Federal de Brasília para a obtenção do grau de Licenciada em Língua e Literatura Japonesa do curso de Letras Japonês.

Orientador: Prof. Dr. Ronan Alves Pereira

Brasília

2013

CAMILA DINIZ DA SILVA

Rosa Miyake como veículo de representações da identidade do imigrante japonês no Brasil: um estudo de caso

Monografia apresentada ao Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução do Instituto de Letras da Universidade Federal de Brasília para a obtenção do grau de Licenciada em Língua e Literatura Japonesa do curso de Letras Japonês.

Aprovada em ____ de _____ de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Presidente (Orientador): Prof. Dr. Ronan Alves Pereira
Universidade de Brasília

Membro: Profa Dra Tae Suzuki
Universidade de Brasília

Membro: Prof. Augusto Profeta dos Reis
Universidade de Brasília

Dedico este trabalho à minha família e
amigos, sem os quais não teria sido
possível concluí-lo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Clezide e Ivonete, que me criaram com amor, sempre me apoiando e orientando minhas escolhas, ajudando a superar os eventuais obstáculos da vida. Também ao meu irmão, Rodrigo, companheiro de todas as horas e meu melhor amigo. Ao meu namorado, Gustavo, fonte de carinho e compreensão. Às minhas tias Cláudia e Clara que, mesmo longe, estão sempre presentes em minha vida.

Queria agradecer a todos os professores do curso de Letras Japonês por terem contribuído, cada um à sua maneira, para minha formação e instigado cada vez mais meu amor pela língua e literatura japonesas. Em especial meu orientador, professor Ronan, agradeço enormemente à paciência e boa vontade em me orientar neste trabalho. Sou muito grata pelas instruções e apoio durante todo o processo de elaboração da pesquisa.

Meus agradecimentos também a todos os meus colegas de curso, que deixaram esta jornada mais significativa.

RESUMO

A emigração japonesa para o Brasil não trouxe apenas um contingente de pessoas, mas toda a cultura, costumes e formas de pensar deste povo. A mídia como importante instrumento de difusão cultural, reproduziu discursos e contribuiu para a construção das representações sobre os imigrantes japoneses no Brasil. Essas representações serão investigadas neste trabalho por meio das canções de Rosa Miyake e do comercial e *jingle* “Urashima Tarou”, que foi veiculado na mídia pela companhia aérea VARIG em 1968.

Palavras-chave: Imigração japonesa no Brasil. Identidade. Representação. Mídia. Rosa Miyake.

RESUMEN

La emigración japonesa para Brasil no trajo sólo un contingente de personas, pero toda la cultura, costumbres y formas de pensar de este pueblo. Los medios de comunicación como importante instrumento de difusión cultural, han reproducido discursos y hecho contribuciones para la construcción de las representaciones acerca de los inmigrantes japoneses. Estas representaciones van a ser investigadas en este trabajo por medio de las canciones de Rosa Miyake y del comercial y *jingle* "Urashima Tarou", patrocinadas en la media por las aerolíneas VARIG en 1968.

Palabras clave: Inmigración japonesa en Brasil. Identidad. Representación. Media. Rosa Miyake.

Lista de Figuras

Figura 1 – Kasato Maru.....	21
Figura 2 – Rádio Santo Amaro.....	27
Figura 3 – Rosa com Roberto Carlos.....	27
Figura 4 – Capa e contracapa do LP III Festival da Música Popular Brasileira	28
Figura 5 – Miss Nikkei 1983	29
Figura 6 – Representação do imigrante japonês	36
Figura 7 – Representação do Japão	36
Figura 8 – Casa de um japonês	36
Figura 9 – Natureza brasileira como reino encantado visitado por Tarou.....	37

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. METODOLOGIA	11
3. CONCEITUAÇÃO DOS TERMOS	13
3.1 IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO	13
3.2 ESTEREÓTIPO	17
3.3 DISCURSO MIDIÁTICO	19
4. BREVE CONTEXTO DAS REPRESENTAÇÕES EM TORNO DA IMIGRAÇÃO JAPONESA NO BRASIL	21
5. ROSA MIYAKE – A ROSA JAPONESA QUE CANTA.....	26
6. A MÚSICA COMO FORMA DE REPRESENTAÇÃO.....	31
6.1 AS GRAVAÇÕES DE ROSA MIYAKE COMO ELEMENTO INTEGRADOR E FONTE DE REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS....	32
6.2 O COMERCIAL <i>URASHIMA TAROU</i> COMO METÁFORA DA IMIGRAÇÃO JAPONESA NO BRASIL	34
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
9. ANEXOS	46

1. INTRODUÇÃO

Ao pensarmos no Japão, o contraste entre o moderno e o tradicional se faz presente em nosso imaginário. Por um lado nos surpreendemos com as produções inovadoras nos ramos de comunicação, robótica, moda, tecnologia da informação, entre outros, que são noticiadas diariamente pela mídia internacional. Ao mesmo tempo, povoa no imaginário, principalmente dos ocidentais, a ideia de um Japão exótico; o país dos rituais budistas, das artes marciais, da culinária peculiar, dos homens capazes de morrer em prol da defesa de sua honra e de seus ideais. Em suma, de uma cultura tradicional mantida desde tempos imemoriais.

A grande questão por trás da tensão entre esses dois polos é a da representação. Um país, antes de ser considerado como tal, primeiro passa por um processo de identificação entre seus elementos constitutivos. Busca-se encontrar símbolos que criem na população um sentimento de pertencimento e união que os diferenciem das demais nações.

No entanto, esta identificação nunca será total, tendo em vista a impossibilidade de conceber um símbolo que represente a totalidade de um povo. Também não é possível eleger itens que perdurem indefinidamente. A representação da identidade não é estática, mas móvel, transformando-se continuamente com as mudanças políticas, socioculturais e econômicas dentro e fora do país.

A vinda de imigrantes ao Brasil trouxe à tona discussões sobre a identidade dos mesmos. Os recém-chegados, embora tivessem deixado seus países, ainda carregavam consigo a língua, cultura e costumes de seus povos. Diante deste cenário migratório, temos os imigrantes japoneses. Sua chegada suscitou muitas questões sobre identidade, tornando-se necessário falar tanto das crenças de japoneses (imigrantes) sobre si mesmos, quanto da forma como os brasileiros os percebem.

Sendo assim, a formação da identidade destes imigrantes não é unilateral, ela levará em conta a bagagem cultural do povo que migra e também a percepção do país que os acolhe. Cada um desses sujeitos age criando mecanismos de representação da identidade do imigrante. Do mesmo modo que os japoneses recém-chegados criavam

e elegiam símbolos que os incluíssem na sociedade brasileira, o Brasil também criava seus próprios sistemas de representação para aqueles provenientes do País do Sol Nascente.

Tendo estas ideias por base, o presente trabalho busca fazer a abordagem de alguns dos elementos que contribuíram para a representação dos imigrantes japoneses no Brasil, discutindo o papel de Rosa Miyake na veiculação destas representações. Para isso, a produção musical dessa cantora, atriz e apresentadora será abordada, no sentido de avaliar as representações em relação ao povo japonês, formadas a partir de sua produção midiática, durante os anos 60 a 80 no Brasil.

Optou-se trabalhar com as décadas de 1960 a 1980, pois foi neste período que Rosa se destacou na mídia brasileira com a apresentação de programas como *Imagens do Japão* e a atuação na novela “Yoshiko, um poema de amor”, na extinta TV Tupi. Foi neste período também que é gravado o famoso *jingle Urashima Tarou*, com a voz de Rosa Miyake na publicidade da empresa de aviação Varig.

2. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos, pretende-se fazer uma pesquisa bibliográfica e utilizar a abordagem qualitativa. Segundo Carlos Antônio Gil:

A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação. Pode-se, no entanto, definir esse processo como uma seqüência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório.¹

Com esta abordagem, é possível proceder com a investigação do tema em questão, de forma a refletir e analisar a realidade através do contexto histórico e da análise de dados.

Faz-se necessária a utilização da pesquisa descritiva para desenvolver o trabalho proposto. Nas palavras de Gil²: “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” Com a pesquisa descritiva como tipo de pesquisa escolhido pensa-se fazer a descrição do fenômeno da identidade e da representação dos imigrantes japoneses criado pelas músicas cantadas por Rosa Miyake.

Quanto ao delineamento, foi escolhida a pesquisa bibliográfica como ferramenta para a realização deste trabalho. A partir das fontes bibliográficas serão obtidas e analisadas as informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa. A discussão do tema será corroborada pelo intercâmbio com as ideias dos teóricos da área, além da análise das fontes primárias, no caso as canções.

O recorte temporal utilizado é o das décadas brasileiras de 1960 a 1980. Na década de 1960, Rosa já era cantora e se apresentava em diversos programas e shows, dentro e fora da comunidade japonesa. Em 1967, ela estréia sua atuação como atriz na novela “Yoshiko, um poema de amor”, de autoria de Lúcia Lambertine, na TV

¹ GIL, Carlos Antônio. **Como elaborar um projeto de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002, p.133.

² GIL, Carlos Antônio. *op. cit.* p.42

Tupi. Depois da novela, Rosa passou a apresentar o programa “Imagens do Japão”, que já vinha sendo exibido desde 1970 com a apresentadora Reimi Honda nesta mesma emissora, passando depois para a TV Gazeta (mais tarde Rede 21). O programa teve mais de 30 anos de permanência na televisão.

Também nas décadas de 1960 a 1980, a televisão veiculou o anúncio publicitário da companhia de aviação Varig. Em suas propagandas de voos diretos do Brasil ao Japão, o comercial utilizava a voz de Rosa Miyake para cantar a saga do pescador Urashima Tarou, personagem conhecida do folclore japonês.

O instrumento utilizado para a coleta de dados será a pesquisa bibliográfica, com a qual serão analisadas obras de divulgação e de referência informativa além de publicações periódicas. A internet também será um recurso utilizado para ter acesso a materiais não disponíveis em bibliotecas, ou de difícil acesso.

Como fontes primárias estão canções de Rosa Miyake, o anúncio publicitário da Varig e entrevistas televisivas da cantora e apresentadora, disponíveis na mídia e na internet.

Serão apresentadas algumas representações que contribuíram para a formação da imagem dos japoneses no Brasil através da História da imigração e do intercâmbio cultural com enfoque na pessoa e na carreira de Rosa Miyake. Este trabalho consiste em investigar a atuação de Rosa na mídia por meio de seu programa e pela interpretação de músicas, além da análise do *jingle* e comercial “Urashima Tarou”.

3. CONCEITUAÇÃO DOS TERMOS

3.1 IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO

O conceito de identidade não é algo simples de ser descrito. É uma palavra que encontra acepções em diversos campos do saber como a História, a Sociologia e o Direito, dependendo do enfoque que lhe seja dado. Neste trabalho utilizaremos sua definição antropológica, que relaciona o ser com os demais seres quanto a suas semelhanças e diferenças, dentro de um contexto social.

A origem etimológica da palavra identidade nos remete ao latim *identitatem*, significando “ser o mesmo”, “idêntico”³. Nesta concepção, identidade é a palavra que qualifica aqueles que são iguais. Com base nisso, inicialmente pensamos em identidade como algo que não muda, mas que permanece a mesma para sempre. A seguir veremos como esse pensamento está equivocado.

Segundo o teórico cultural Stuart Hall: “O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas.”⁴ Para o autor, a identidade está em crise devido ao confronto entre a multiplicidade de identidades possíveis dentro dos sistemas culturais a que estamos expostos. Uma mesma pessoa pode se identificar, ao menos temporariamente, com outras identidades existentes, às vezes até contraditórias entre si.

O confronto com o outro é o que evidencia as semelhanças ou diferenças entre as pessoas. Esse confronto com a multiplicidade de outras identidades não permite que tenhamos uma identidade fixa, tornando-a mutável e impermanente, sempre em construção.

De acordo com Hall:

³ **Online etymology dictionary.** Disponível em: <<http://www.etymonline.com/>>.

⁴ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaciara Lopez Louro. 3ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999, p.12-13.

As identidades parecem invocar uma origem que residiria em um passado histórico com a qual elas continuariam a manter uma certa correspondência. Elas têm a ver com a questão de utilização de recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos. Tem a ver tanto com as questões “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como esta representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios.”⁵

Com base no que nos fala Hall, temos que a busca de uma identidade parte do princípio de que possuímos a necessidade de pertencer, de fazer parte de um conjunto. O termo pode ser aplicado em várias gradações desde o sentimento de pertencimento a uma pátria ou país (identidade nacional) até um grupo ou círculo social (identidade cultural).

Essa identificação, no entanto, nem sempre é óbvia. Para que se estabeleçam os sistemas de identificação, muitas vezes é necessário que se contraponha ao sujeito do processo uma série de negações à sua identidade.

Tomaz Tadeu da Silva, em seu ensaio sobre a produção social da identidade e da diferença⁶, demonstra que para se definir a identidade não basta pensá-la apenas como uma afirmação de algo, ou seja, aquilo que se é. Para ele, só podemos afirmar pertencimento a certa identidade quando somos comparados com as diferenças que nos rodeiam. Quando não relacionada com as diferenças, a identidade perde seu valor.

Parece ser simples proferir uma afirmação do tipo: “sou mulher”, “sou japonês”, “sou heterossexual”. As afirmações que se seguiram, no entanto, só são possíveis quando existe a diferença. Deve haver um “outro” que se contraponha ao “heterossexual” para que eu possa fazer minha afirmação. Dessa forma, no contexto da antropologia, a identidade está intimamente relacionada com a alteridade, ou seja, com o outro. Identidade e diferença, então, estão estritamente vinculadas.

Os japoneses, quando confrontados com a abertura do país no final do período Tokugawa (1600-1867), depois de mais de dois séculos encerrados em si mesmos,

⁵ Idem. Quem precisa de Identidade In: **Identidade e diferença**. SILVA, Tomaz Tadeu (org). Petrópolis: Vozes, 2000, p.108-109.

⁶ SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e Diferença – A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p.74-75.

acabam exemplificando esta situação. Uma vez que percebiam diferenças como a língua, a cultura e as tradições que outros povos traziam consigo, diferenciavam-se destes, suscitando a necessidade de formar uma identidade nacional mais coesa.

Por outro lado, os imigrantes que deixavam o Japão não conseguiam de imediato misturar-se na nova sociedade. Para eles, seus vínculos eram inteiramente voltados ao seu país de origem. O sonho era o de enriquecer na terra estrangeira para poder regressar à pátria. O processo de identificação desta população com a nova terra foi lento e dificultoso, em grande parte devido à formação de grupos e comunidades que preservaram os traços culturais japoneses, ao desconhecimento da língua local e à não aceitação imediata destes imigrantes pelos brasileiros.

É importante destacar, ainda com base em Tomaz, que tanto a identidade como a diferença são produzidas no contexto das relações culturais e sociais. Esses conceitos estão sujeitos às relações de poder:

A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com as relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença não são, nunca, inocentes.⁷

O autor considera que “além de serem interdependentes, identidade e diferença partilham uma importante característica: elas são resultado de atos de criação lingüística”.⁸ Não existem naturalmente, são “produzidas”, “vendidas”, “compradas”, “recusadas”. A identidade é um processo sujeito à criação que é aceito quando legitimado pela sociedade.

Aqui entra em cena um novo conceito, o de representação. Esta palavra torna a identidade e a diferença visíveis, pois por meio dela é que esses conceitos adquirem

⁷ SILVA, Tomaz Tadeu. *op.cit.* p.81.

⁸ *Idem, Ibidem*, p.76.

significados e passam a existir. “A representação é, aqui, sempre marca ou traço visível, exterior”.⁹

Nesse sentido, ao adotar uma identidade, carregamos vários sistemas de representação que acabam por definir algumas das possibilidades dentre inúmeras maneiras de sermos pensados.

A força de uma representação identitária não está em ela ser real ou não (a análise não se dá neste mérito), mas sim na sua eficácia. Sua efetividade está ligada à “capacidade de mobilização e de produzir reconhecimento e legitimidade social (...) as representações se inserem em regimes de verossimilhança e de credibilidade, e não de veracidade”¹⁰.

Sendo assim, a representação não é a realidade em si. Por mais que ela busque substituir o real, nunca será a realidade de fato. Podemos nos lembrar de um dos famosos quadros de René Magritte em que um cachimbo é representado na tela sob o seguinte título: “Isto não é um cachimbo”. De início, um eventual apreciador do quadro choca-se com tal afirmação, pois acredita fielmente que a reprodução do cachimbo seja realmente o objeto, enquanto que, na verdade, o que estamos vendo é apenas o desenho do mesmo representado na tela.

Segundo Sandra Pesavento, o conceito de representação está ligado às:

[...]formas integradoras da vida social, construídas pelos homens para manter a coesão do grupo e que propõem como representação do mundo. Expressas por normas, instituições, discursos, imagens e ritos, tais representações formam como que uma realidade paralela à existência dos indivíduos, mas fazem os homens viverem por elas e nelas. As representações construídas sobre o mundo não só se colocam no lugar deste mundo, como fazem com que os homens percebam a realidade e pautem a sua existência. São matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por

⁹ *Idem, Ibidem.* p.91.

¹⁰ PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003, p.41.

meio das representações que constroem sobre a realidade.¹¹ [...]As representações são também portadoras do simbólico, ou seja, dizem mais do que aquilo que mostram ou enunciam, carregam sentidos ocultos, que, construídos social e historicamente, se internalizam no inconsciente coletivo e se apresentam como naturais, dispensando reflexão.¹²

Dessa forma, a identidade traz uma série de estereótipos que continuam a reproduzir significados, sendo estes condizentes ou não com a realidade da qual são porta vozes. É algo tão naturalizado que acaba sendo aceito sem questionamentos e invariavelmente considerado como a verdade sobre um povo ou grupo.

3.2 ESTEREÓTIPO

O termo estereótipo, desde 1798, designava as placas tipográficas que reproduziam sempre as mesmas formas nas tipografias. A origem etimológica deste termo vem do grego *stereo* significando algo “sólido” e “firme”¹³. Para o jornalista e analista político Lippmann, os estereótipos são imagens mentais rígidas que caracterizam grupos sociais com os quais temos pouco ou nenhum contato direto.

De acordo com Rosa Cabecinhas, para Lippman:

Um dos motivos que explicaria o carácter ‘fixo’ dos estereótipos seria precisamente a necessidade do indivíduo proteger a sua definição da realidade [...] É precisamente pelo seu papel na manutenção do sistema de valores do indivíduo e do *statu quo*, que os estereótipos dificilmente são abalados por informação incongruente com os mesmos.¹⁴

Um estereótipo é caracterizado por Lippman como um processo natural e inevitável. Para ele o indivíduo tem papel ativo na construção desses estereótipos, que são seletivos e parciais.

¹¹ PESAVENTO, Sandra Jatahy. op.cit. p.39.

¹² Idem, Ibidem. p.41.

¹³ **Online etymology dictionary** op. cit.

¹⁴ CABECINHAS, R. Processos cognitivos, cultura e estereótipos sociais. In: **Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO** – Volume IV, Braga: Universidade do Minho, 2004, p.541-542.

Durante o curso da História, a visão do brasileiro sobre o japonês nunca foi uniforme e bem definida. Até porque é impossível que exista tal compreensão de elementos novos, quaisquer que sejam eles, dentro de uma sociedade. As representações flutuam no tempo e no espaço, guiadas por questões políticas, econômicas e sociais.

Assim, quando da chegada dos primeiros imigrantes japoneses, o brasileiro adota uma série de estereótipos em relação a estas pessoas, em grande parte devido ao desconhecimento dos mesmos e também em virtude das representações já criadas em épocas anteriores. Posteriormente, surgem novas representações como as fornecidas pelos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial devido aos interesses bélicos.

No século XIX, o Ocidente vive o movimento conhecido como Japonismo. Surgido na França, em 1860, ele se caracteriza pela fixação dos ocidentais pelos objetos de arte japoneses e pelo exotismo deste povo e sua cultura. Este movimento trouxe uma série de estereótipos em relação aos japoneses, relacionando-os à imagem das gueixas, dos samurais, da sociedade coletiva, entre outros aspectos.

Também surgem teorias chamadas *nihonjinron*. “[...] num sentido mais restrito, refere-se ao *boom* de publicações de estudos sobre o caráter nacional do Japão nos últimos 40 anos”.¹⁵ “O crisântemo e a Espada” de Ruth Benedict, escrito durante a Segunda Guerra, faz um estudo antropológico sobre os japoneses sem que a autora nunca tenha pisado no solo do arquipélago, baseando-se apenas em relatos de japoneses que viviam em território norte americano e em estudos feitos em períodos anteriores. Esse livro serviu de base para vários autores que tentavam resgatar o caráter da homogeneidade da cultura japonesa, e mais tarde, para justificar o sucesso do capitalismo por meio dos “ideais éticos japoneses”.

Com a derrota nipônica no fim da Segunda Guerra Mundial, surge um novo aspecto para se pensar naquele povo. O imaginário de então parte da ideia de uma nação que pôde, depois de ser atingida por duas bombas atômicas, se recuperar de

¹⁵ PEREIRA, Ronan Alves. Antropologia, cultura japonesa e as teorias *nihonjinron*. In: **Anais do VIII Encontro Nacional de Professores Universitários de Língua, Literatura e Cultura Japonesa**, Centro de Estudos Japoneses, Universidade de São Paulo, 1997, p.99

forma rápida e satisfatória. Nasce a ideia de um Japão moderno e tecnológico. Era comum, no Brasil, a ideia do japonês inteligente que estava sempre associada a comerciais de eletroeletrônicos e automóveis.

Ainda hoje, no Brasil, resgatam-se os estereótipos de homogeneidade racial quando ouvimos a frase; “japonês é tudo igual”, inclusive confundindo os povos asiáticos, que são agrupados em uma mesma categoria. Outro resgate é o da competência profissional e bom nível de instrução, baseado na ideia do povo trabalhador e disciplinado.

Também é comum a imagem do asiático como um indivíduo ainda estranho dentro da sociedade brasileira. Em informes publicitários é constante a representação do japonês de forma caricata. Um ser exótico que fala o português “errado”, alusão às comunidades japonesas, fechadas em si mesmas e que assim preservam com força os costumes nipônicos.

Mais recentemente, os japoneses conseguiram exportar novas tendências para os brasileiros e para o mundo como a moda, a música, as revistas em quadrinhos e desenhos animados: a chamada cultura pop. Muitas pessoas, sobretudo os jovens, ao pensar no Japão hoje associam o país principalmente ao aspecto tecnológico e à indústria do animê/mangá.

3.3 DISCURSO MIDIÁTICO

Esta monografia também incorpora as noções de “mídia” e de “discurso midiático”, que serão associadas às de identidade, representação e estereótipo.

“Mídia” é a palavra que designa os meios de comunicação de massa como a internet, a televisão, os jornais, entre outros. Ela é a responsável por transmitir informações capazes de alcançar um grande número de pessoas em um curto espaço de tempo.

Além de veicular notícias, a mídia produz constantemente discursos que criam representações do real. Ela não apenas transmite, mas também é capaz de criar novos

modelos de representação. “Não há, nos discursos da mídia, apenas reprodução de modelos – ela também os reconstrói, reformata, propõe novas identidades.”¹⁶

O discurso, assim como as identidades e as representações que veicula, está ligado às relações ou mecanismos de poder. São estes que legitimam os discursos ou os proíbem. Desta forma, o discurso é um dos mais eficientes propagadores ideológicos.

Para Foucault, em “A ordem do discurso”¹⁷, o mesmo é atingido por três sistemas de exclusão: a interdição, a separação e a vontade de verdade. O primeiro destes sistemas, a interdição, mostra que o discurso não é neutro ou transparente. Ele é produto de uma seleção que limita o que pode ou não ser dito dependendo das circunstâncias, ou seja, é a proibição da palavra ou palavras dentro do discurso.

A separação é a segregação de um discurso, distanciando-o de seus possíveis receptores. Como exemplo, o autor citado se refere à segregação da loucura, em virtude do discurso do louco. Ou seja, tudo o que possa fugir à “razão” é desconsiderado.

Por último, está a vontade de verdade, atuando como sistema de exclusão do discurso. Ela se baseia no estabelecimento de verdades universais dentro de uma sociedade, das quais os discursos não podem se opor. Essa verdade universal, no entanto, não existe, pois no momento em que ela é contextualizada historicamente, sua veracidade é relativizada.

Em um momento histórico, vários discursos acontecem simultaneamente e podem confrontar-se para obter o monopólio da legitimidade enunciativa. Durante o século XIX, tendo em vista o fim da escravidão no Brasil, os discursos a favor da imigração como alternativa tornaram-se centrais na política pública, entrando em confronto com os que ainda apoiavam a manutenção da escravidão

Temos então que os discursos são formadores de identidades, uma vez que carregam sistemas de representações que legitimam ou excluem as identidades.

¹⁶ GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. Vol.4 N.11, 2007, p.11-25

¹⁷ FOUCAULT, Michel, **A ordem do discurso**: aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 18. ed. São Paulo: Loyola, 2009. p.79

4. BREVE CONTEXTO DAS REPRESENTAÇÕES EM TORNO DA IMIGRAÇÃO JAPONESA NO BRASIL

A imigração japonesa para o Brasil foi marcada com a chegada do navio *Kasato Maru* em 1908, que trazia a primeira leva de japoneses ao país. Entre outros aspectos, essa migração foi o resultado de um acordo entre os dois países para resolver o problema da superpopulação no Japão e da falta de mão-de-obra nos cafezais do Brasil, particularmente do estado de São Paulo.



Figura 1 – Kasato Maru

A migração, no entanto, não afeta apenas o povo que migra. Ela tem impacto, no caso das migrações internacionais, tanto no país de origem quanto no país destino dos migrantes. Para Woodward, “A migração produz identidades plurais, mas também identidades contestadas, em um processo que é caracterizado por grandes desigualdades.”¹⁸ Essas novas identidades são passíveis de serem desestabilizadas, mas são também capazes de desestabilizar as identidades que já existem.

Os brasileiros, então, perante a entrada de um novo grupo de pessoas em seu país, precisaram voltar seus olhos para os recém-chegados e a cultura que traziam, assumindo diversas posturas e conjecturas sobre estes indivíduos.

¹⁸ WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: **Identidade e Diferença** – A perspectiva dos estudos culturais. SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). Petrópolis: Vozes, 2000, p.21.

No início da imigração para o Brasil, dois pontos de vista opostos se destacavam em relação aos japoneses: de um lado eram vistos como raça inferior, provenientes de uma sociedade primitiva e exótica do Oriente. Por outro lado, alguns defendiam serem os japoneses herdeiros de modernos padrões europeus que foram bem assimilados nas terras do Oriente, o que repercutiria de forma positiva no Brasil.

Se para os setores ligados à agricultura paulista os imigrantes nipônicos eram considerados os braços que poderiam incrementar as lavouras depois do decréscimo das levas imigratórias européias, para outros segmentos da sociedade, interessados na “melhoria da raça brasileira”, não passavam de uma raça feia e inferior, que em nada poderia contribuir para a “formação nacional”.¹⁹

Jeffrey Lesser²⁰ destaca que os imigrantes europeus eram melhor aceitos no Brasil devido às políticas de eugenia que pregavam o “embranquecimento” da população. Por outro lado, o medo do ativismo social e trabalhista deu incentivo à vinda de outros grupos, como o dos orientais.

Ainda sobre as visões dos brasileiros sobre os japoneses, temos em 1936, época da presidência de Getúlio Vargas e durante a efervescência da busca de uma identidade nacional brasileira, o livro “Raízes do Brasil”. O autor, Sérgio Buarque de Holanda, defende a ideia da cordialidade como traço característico do brasileiro, que é contraposto (identidade x diferença) com a polidez japonesa.

Na medida em que o *homem cordial* possuiria traços de fundo emotivo sobre o racional e não é capaz de distinguir o público do privado, ele transporta valores familiares para o ambiente do Estado. Esse indivíduo busca estabelecer intimidade por meio do uso de diminutivos e omissão do nome de família. Com isso ele se distancia da polidez, pois a excessiva aproximação acaba por gerar desrespeito.

Já o japonês, na perspectiva do autor de “Raízes”, se comportaria de forma mais reservada e distante. Esse comportamento, inclusive, envolveria os aspectos mais

¹⁹ KIMU, Rosangela. Perigo amarelo. **Revista de História**. N.20, Maio 2007, p.1.

²⁰ LESSER, Jeffrey. **A Negociação da Identidade Nacional**: imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: Editora Unesp, 2001. p.3-4.

básicos do convívio social. A noção de polidez japonesa seria parecida com uma reverência religiosa.

A existência de uma característica fixa de modos de agir de um povo é, no entanto, uma visão reducionista na medida em que não leva em consideração as diversas situações contextuais que englobam aspectos socioculturais. Para Suzuki²¹, é o contexto situacional das pessoas inseridas no discurso que influencia as formas tratamentais a serem utilizadas. Os marcadores sociais que influem nas formas de tratamento na sociedade japonesa são apresentados pelo: sexo, status, idade, relação temporal de permanência nos espaços (empresas, escolas, etc.) e o pertencimento ao círculo externo e interno do locutor, tanto de pessoas quanto pertences materiais e imateriais. Há ainda o marcador de “intimidade”, que é capaz de invalidar as categorias citadas acima, pois acaba por dispensar o tratamento devido à proximidade das pessoas.

A tradição mantida pelas colônias com a manutenção dos costumes e da língua japonesa trouxe a ideia de um povo fechado e, em oposição ao brasileiro, que carrega um formalismo nos modos e na fala que beira a frieza.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o Japão foi considerado um inimigo perigoso, levando o alerta do “perigo amarelo” para os países aliados dos Estados Unidos. Nessa época, o japonês era descrito pejorativamente pelos norte-americanos, de forma a disseminar o sentimento anti-japonês para outros países.

[...]foi por ocasião da Segunda Guerra Mundial que cresceu o sentimento antinipônico. Logo após o ataque da Marinha japonesa à base americana de Pearl Harbor, em dezembro de 1941, milhares de imigrantes japoneses e seus descendentes passaram a ser tratados como inimigos de guerra nos Estados Unidos, o que deu início uma série de ações repressivas.²²

²¹ SUZUKI, Tae. **As expressões de Tratamento da Língua Japonesa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995, p.20-31

²² KIMU, Rosângela, op. cit. p.1

Edward Said²³ traz o conceito de *orientalismo* como a tendência do Ocidente em criar representações sobre o Oriente baseadas puramente em seu conhecimento ocidental. Essas representações veem o Oriente como uma fonte de fascinação e perigo, algo que é exótico e, por ser diferente, também é ameaçador. Para Said, as representações de ocidentais sobre o Oriente são elaboradas mais sobre os anseios e medos dos ocidentais do que de fato à vida cotidiana destes países. No contexto da Segunda Guerra, esses medos e anseios se resumem às esferas política e da indústria de guerra.

Em 1949, com o fim da Segunda Guerra Mundial, o japonês Hideki Yukawa recebe o prêmio Nobel de Física por pesquisas na área de física teórica. Seu trabalho consistia em explicar as forças nucleares, o que resultou na chamada: “teoria dos mésons”. Mais tarde, em 1965, outro japonês (Shinnichiro Tomonaga) recebe outro Nobel de Física: agora por trabalhos em eletrodinâmica quântica. Essas conquistas, além de contribuírem para a ciência de modo geral, uma vez adicionadas aos grandes avanços tecnológicos e econômicos dos japoneses, trouxeram para o Brasil a ideia do japonês como um povo de grande inteligência e capaz de superar as adversidades.

O próprio Japão mudou a maneira de ver a si mesmo. Física e mentalmente enfraquecidos, os japoneses sofreram grandes mudanças com a derrota. Até então, tinham a convicção de ser um povo protegido pelos deuses, invicto em todas as suas contendas e possuidor de um imperador divino. Com o desfecho da guerra, essas idealizações foram brutalmente esmagadas e, aos poucos, substituídas por outras. A ocupação norte-americana em terras nipônicas introduziu novos conceitos como a “desmitificação” da história japonesa, o caráter humano do Imperador e ideias mais individualistas.

Obrigados a desocuparem colônias e a devolverem investimentos nelas construídos, o arquipélago, carente de recursos naturais, passou a procurar novos métodos para conseguir esses materiais. A preocupação com a subsistência resultou em novas técnicas e estratégias para sua obtenção, que não mais poderia ser pela força.

²³ SAID, Edward, 2000. *Apud* WOODWARD, Kathryn. *op.cit.* p.24.

Graças ao elevado nível de educação e ao costume de trabalhar arduamente, o país consegue, em curto prazo, reerguer-se. A nova face que mostra ao mundo é a de um Japão tecnológico e reestruturado, capaz de fazer transmissões ao vivo dos jogos olímpicos, possuidor do trem-bala e de uma série de inovações tecnológicas.

Esta visão do Japão como um polo tecnológico e inovador veio para o Brasil com a globalização. A imagem do tradicional persiste, mas agora coexiste com a nova faceta de modernidade. A imagem do japonês aparece representada principalmente em comerciais de eletroeletrônicos e carros, mostrando sempre os produtos de origem japonesa como superiores aos de outra nacionalidade.

Atualmente, o desastre de Fukushima reforçou a representação do japonês como povo eficiente, organizado e tecnológico. Os meios de comunicação se voltaram para o Japão para mostrar os estragos do desastre e, ao mesmo tempo, a recuperação quase instantânea das estradas, a logística de socorro às vítimas e a distribuição de água e alimentos para os moradores afetados.

Dessa forma, ao longo dos anos, os imigrantes e seus descendentes carregaram consigo essas diversas representações sobre o japonês que incluem facetas positivas e negativas. Desde a característica de povo fechado e tradicional, até o de possuidor de grande inteligência e de povo que trabalha duro.

5. ROSA MIYAKE – A ROSA JAPONESA QUE CANTA

Nascida em Guararapes, no Estado de São Paulo em 1940, porém filha e irmã de imigrantes japoneses, Rosa Miyake se destaca no cenário das representações sobre a identidade japonesa no Brasil. Ela protagonizou muitos projetos voltados para os imigrantes e seus descendentes, levando também aos brasileiros, representações sobre o Japão.

Sua importância está na veiculação da imagem do japonês através da atuação em uma novela, apresentação de programas de auditório e interpretação de músicas, entre outras projeções midiáticas.

Os pais de Rosa, junto com o filho mais velho, chegaram ao Brasil em 1928. Segundo comenta em entrevista à jornalista Renata Costa para o site do *Projeto Incorporado ao Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil*, Rosa fala de sua família:

Meus pais e meu irmão mais velho, Tameo, vieram para o Brasil em 1928. Foram os primeiros da família a virem para cá, não tinham nenhum parente aqui. Foram corajosos! Vieram em busca do sonho que se vendia sobre o Brasil no Japão, de que era uma terra maravilhosa, com muitas oportunidades, um lugar onde se podia enriquecer. Meus pais chegaram e foram direto para a cidade de Lins (SP) trabalhar na agricultura, plantando alface.²⁴

Como a grande parcela dos imigrantes, a família de Rosa foi para o campo trabalhar nas plantações. Ainda criança, Rosa e seus familiares passam a morar em São Paulo. No entanto, só mais tarde, na década de 1960, quando Miyake já era uma cantora conhecida, tendo se apresentado em programas e shows da televisão brasileira, é que o processo de urbanização se acelera. Aos poucos, mais famílias japonesas passam do campo para as cidades para se tornarem pequenos comerciantes.

Desde pequena, Rosa cantava músicas em japonês, nos karaokês e concursos da comunidade a que pertencia. Fazia sucesso nas rádios e chegou a apresentar um programa na rádio Santo Amaro, do grupo Okuhara, onde conheceu Roberto Carlos e o

²⁴ Entrevista na íntegra disponível no site: <<http://www.japao100.com.br/perfil/825/>>.

ensinou a cantar em japonês a música *Sukiyaki*, de Kyu Sakamoto (cantor que esteve no Brasil em 1968, para o III Festival Internacional da Canção, no Rio de Janeiro). O encontro aproximou Miyake da Jovem Guarda, sendo inclusive convidada a se apresentar no programa do grupo.



Figura 2 – Rádio Santo Amaro

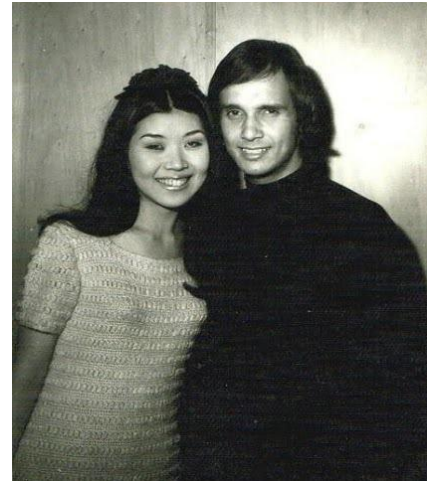


Figura 3 – Rosa com Roberto Carlos

Sua família, como a maioria das famílias de imigrantes japoneses, cultivava os valores de sua cultura reproduzindo no ambiente familiar a língua japonesa e mantendo, na medida do possível, a culinária e os costumes de seu país de origem. Ainda na citada entrevista, Rosa atesta a importância desta herança cultural para sua vida:

Aprendi com meus pais, que eram rígidos e davam muito valor à educação. Faziam questão que eu e meus irmãos aprendêssemos o português na escola normal, brasileira, mas não poderíamos de forma alguma deixar de lado o japonês e os costumes do Japão. Só me dei conta do valor que isso tinha quando fui pela primeira vez ao Japão gravar um disco e fui convidada para participar de um programa de televisão.²⁵

Em 1967, a então cantora Rosa Miyake estreia na novela “Yoshiko, um poema de amor.” A novela, em preto e branco, foi ao ar na TV Tupi às 18:30 hs., de 8 de janeiro de 1967 até fins de abril do mesmo ano. A produção televisiva é de autoria de Lúcia Lambertine e foi baseada em uma radionovela cubana intitulada “*El pecado de*

²⁵ **MIYAKE, Rosa.** A infância da pequena estrela. **Depoimento a Renata Costa.**

Oyuki”. No elenco, além de Rosa Miyake que fazia o papel de Yoshiko, estavam atores como Ivete Bonfá, Guiomar Gonçalves, Edney Giovenazzi e Luis Gustavo (no papel do mocinho), entre outros.²⁶ Luis Gustavo, inclusive, participaria no ano seguinte da novela “Beto Rockefeller” como o protagonista de mesmo nome. A trama de “Yoshiko, um poema de amor” se passava no Japão e tinha como pano de fundo o romance entre um jovem da alta sociedade paulista (Luis Gustavo) e a japonesa Yoshiko (Rosa Miyake).

No mesmo ano em que foi ao ar “Yoshiko, um poema de amor”, a emissora Globo exibiu paralelamente a novela “A Sombra de Rebeca”²⁷, que possuía a personagem japonesa Suzuki (Yoná Magalhães).

Suzuki, por sofrer uma rejeição, pratica o *seppuku* durante a trama. A novela de Glória Magadan, embora tentasse incorporar elementos da cultura japonesa, ignorou seus significados ao desvincular o ritual do código de conduta dos samurais e deixasse uma mulher praticá-lo. Diferente dos homens, as mulheres, para não serem atingidas pela desonra, cortam o pescoço com um punhal, mas não praticam o *seppuku*. A incorreta introdução do elemento do suicídio ritual chega aos brasileiros de forma descontextualizada da cultura japonesa, criando representações estereotipadas.

No mesmo ano de sua participação na novela, Rosa Miyake gravou a música “Uma dúzia de Rosas” que fez parte do LP do III Festival da Música Popular Brasileira. A canção foi sucesso de Ronnie Von, um dos integrantes da Jovem Guarda.



Figura 4 – Capa e contracapa do LP III Festival da música popular brasileira

²⁶ FERNANDES, Ismael. **Memória da Telenovela Brasileira**. 4ªed. Ampl. São Paulo: Brasiliense, 1997, p. 88

²⁷ Idem, *Ibidem.op. cit.* p.86.

No ano seguinte, a intérprete passou a apresentar o programa “Imagens do Japão”, da Produtora Okuhara, aos domingos, de 12:30 às 15:50, na TV Gazeta. O programa já vinha sendo exibido pela apresentadora Reimi Honda, que foi substituída por Rosa. “Imagens do Japão” teve mais de 30 anos de permanência na televisão.

O programa era voltado aos imigrantes japoneses, pois trazia informações e entretenimento relacionados ao Japão. Os brasileiros, lógico, também assistiam ao programa e acabavam tomando conhecimento de muitos aspectos da cultura japonesa, diretamente dos imigrantes e seus descendentes, idealizadores do programa.

Um dos blocos do programa era o concurso de calouros, onde brasileiros e descendentes de japoneses participavam com canções em ambos os idiomas (japonês e português). Também havia o *Miss Nikkei* que escolhia uma garota nikkei como a representante mais bela dentre as comunidades japonesas.



Figura 5 – Miss Nikkei 1983

Miyake fazia reportagens especiais no Japão para cobrir eventos ou trazer curiosidades. Um dos destaques do programa estava em transmitir, diretamente do Japão, festivais como o tradicional *Kouhaku Uta Gassen*, que acontece no último dia do ano. Em 31 de dezembro de 1986:

[...] a TV Gazeta transmitiu ao vivo, via satélite, direto do Japão, o Festival Koohaku Utagassen, o espetáculo que encerra o ano japonês e que no país de origem é assistido por 90% dos telespectadores. Foi uma parceria da TV Gazeta com o programa independente: Imagens do Japão. Pela primeira vez, na TV brasileira, os descendentes e imigrantes

japoneses, residentes em nosso país, puderam rever a festa. A transmissão começou às 9h30 (horário de Brasília).²⁸

Outro programa de variedades, *Japan Pop Show*, também era exibido na mesma época. Acontecia aos domingos de manhã e era apresentado por Nelson e Suzana Matsuda. Da mesma forma que “Imagens do Japão”, ligava a cultura brasileira e a japonesa por meio de shows de calouros e outras atrações.

Ainda em 1968, Rosa gravou a música “Pobre Pescador”, de autoria de Arquimedes Messina, para o anúncio publicitário da companhia de aviação Varig. Tamanho foi o sucesso do *jingle* nas rádios que ele se tornou comercial em pouco tempo.

Será discutido, no próximo tópico, a respeito das músicas cantadas por Rosa e das representações acerca da identidade japonesa nelas encontradas. O *jingle*/comercial *Urashima Tarou* também será analisado com base nas categorias descritas a seguir.

²⁸ FRANCFORT,Elmo. **Av.Paulista,900**: a História da TV Gazeta. Coleção Aplauso. São Paulo: Ed. Imprensa Oficial, 2010, p.251.

6. A MÚSICA COMO FORMA DE REPRESENTAÇÃO

A música, com todos os seus elementos (letra, performance, melodia) age como veículo de representações sociais. Enquanto produção cultural, ela possibilita grupos ou indivíduos a construírem suas próprias realidades. Seus elementos constituem discursos e imagens capazes de criar representações novas ou reafirmar as já existentes. Para este fim, devem ser analisadas três dimensões da música: o intratexto, o intertexto e o contexto.²⁹

O intratexto diz respeito à avaliação do texto em si e sua significação. O intertexto se refere à relação do texto com outros e a troca de ideias que isso possibilita. Já o contexto está relacionado com o meio social que o produziu e do qual faz parte.

Nesse sentido, não se pode perder de vista a construção de interesses pelo discurso. Para Chartier, ela é “socialmente determinada, limitada pelos recursos desiguais (linguísticos, conceituais, materiais, etc.) de que dispõem aqueles que a produzem”³⁰. Por mais que a música possa aspirar à universalidade de expressar o que é humano e independente de épocas, está sempre ancorada em seu contexto de produção e nos interesses dos grupos que a produzem ou dos que se apropriam dela.

O estudo das dinâmicas de produção musical de uma época pode ir além e contribuir na demarcação do jogo de forças para a construção de identidades. A música faz parte do processo pelo qual grupos sociais forjam identidades e diferenças. Ela pode dar a ver não somente como um grupo representa a si mesmo, mas também como esse grupo representa os outros e ainda como, pelos outros, é representado.

Outro aspecto que a música permite trabalhar são as sensibilidades. Pesavento as explica do seguinte modo:

As sensibilidades corresponderiam a este núcleo primário de percepção e tradução da experiência humana no mundo. O conhecimento sensível

²⁹ BARROS, José D'Assunção. **O campo da História: especialidades e abordagens**. Petrópolis: Vozes, 2004.

³⁰ CHARTIER, Roger. **À beira da falésia – A história entre certezas e inquietudes**. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2002, p.91.

opera como uma forma de apreensão do mundo que brota não do racional ou das elucubrações mentais elaboradas, mas dos sentidos, que vêm do íntimo de cada indivíduo. Às sensibilidades compete essa espécie de assalto ao mundo cognitivo, pois lidam com as sensações, com o emocional, com a subjetividade³¹.

A música é um campo privilegiado desses aspectos. Ao trabalhar a música como expressão, pode-se dar a ver uma representação de mundo que é construída não pelos meios acadêmicos ou ditos oficiais. Permite trazer novos personagens sociais negligenciados por esses últimos discursos: as pessoas comuns que no cotidiano são surpreendidas por emoções, sensações, valores; agentes de uma realidade que não é só pensada, mas também sentida. É possível ver, na música, a tradução dessas sensibilidades.

A música é representação e veículo de representações, protagonista na construção e legitimação de identidades. Por meio do sensível faz ressoar como vê e o que pensa uma época ou uma geração, com todas as suas contradições. Traz ainda aspectos do passado que não estariam evidentes em discursos políticos oficiais, dados demográficos ou econômicos. Portanto, afirma seu valor como fonte de saber e mesmo como objeto de estudo do passado.

Como exemplo a ser explorado, quando falamos da música como fonte de representação social e das identidades, serão analisadas agora algumas composições cantadas por Rosa Miyake.

6.1 AS GRAVAÇÕES DE ROSA MIYAKE COMO ELEMENTO INTEGRADOR E FONTE DE REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS

Rosa gravou várias músicas no contexto da emergência da Jovem Guarda, importante movimento cultural brasileiro da década de 1960 e 1970; e grande influenciador do comportamento social, principalmente dos jovens da época. Temos como exemplo “Uma dúzia de Rosas” e “Eu te amo mesmo assim”. Estas músicas

³¹ PESAVENTO, Sandra Jatahy. *op. cit* p.56.

estão relacionadas com o contexto sociocultural do período. Elas fazem a ligação do momento cultural brasileiro à comunidade japonesa por meio da imagem de Rosa Miyake, uma descendente de japoneses, ao cantar os sucessos da Jovem Guarda.

Ao observarmos o intertexto, temos as músicas “*Otomodachi no Koibito*” e “*Sayounara*”, a primeira música é a versão japonesa de “Namoradinha de um amigo meu”, também da Jovem Guarda e sucesso na voz de Roberto Carlos. O intertexto é a correlação entre as duas músicas (em português e japonês), pois ao verter para sua língua nativa uma canção popular brasileira, Rosa acaba por divulgar e fazer conhecer o idioma japonês no Brasil.

Já “*Sayounara*” age de forma inversa. Esta música interpretada pelo cantor japonês Kyu Sakamoto era muito popular no Japão dos anos 1960. Sakamoto esteve no Brasil para o III Festival Internacional da Música, apresentando “*Sayounara*” e “*Sukiyaki*”. Rosa trouxe a música para o português com sua interpretação, ainda que mantendo algumas palavras em japonês. Observe:

Sayounara

Lalalala

Sayounara, sayounara

O amor que vai não volta nunca mais

Sayounara sayounara

E deixa em nós a dor, sofrer sem paz

Sayounara, sayounara

O amor que vai não volta nunca mais

Sayounara sayounara

E deixa em nós a dor, sofrer sem paz

Sayounara, Sayounara

Eu sofri sem ter o amor voltar

Sayounara, sayounara

Quero amar sem nunca mais chorar

Sayounara sayounara

O amor que vai não volta nunca mais

Sayounara sayounara

E deixa em nós a dor, sofrer sem paz

Sayounara, Sayounara

Eu sofri sem ter o amor voltar

Sayonara Sayounara

Eu quero amar sem nunca mais voltar

Lalala

Sayounara Sayounara

Itsumademo itsumademo ogenkide

Sayounara Sayounara

Itsumademo itsumademo ogenkide
Lalalala
Sayonara³²

Na primeira estrofe destacamos a palavra *sayounara*, que dá título à canção. Ela está relacionada ao sentimento de tristeza e à separação sugerida pelos versos subsequentes. Embora não haja tradução da palavra, a canção e a interpretação melancólica da cantora (que só pode ser percebida por sua interpretação) dão a ideia do significado do vocábulo para os não falantes do japonês. Também a mescla entre os idiomas mostra, sutilmente, a integração dos imigrantes japoneses aos brasileiros.

6.2 O COMERCIAL *URASHIMA TAROU* COMO METÁFORA DA IMIGRAÇÃO JAPONESA NO BRASIL

O rádio também era um meio de comunicação muito importante como transmissor de representações. Nessa época, anúncios e propagandas eram inicialmente apresentados em forma de *jingle*, de modo a marcar, pela musicalidade, o produto na cabeça do consumidor.

A empresa aérea Varig, havia criado um *jingle* para homenagear a comunidade luso-brasileira, em ocasião do anúncio dos voos do Brasil a Portugal. Com “Seu Cabral”, a empresa fez sucesso e decidiu apostar no mesmo método para anunciar os voos diretos do Rio de Janeiro ao Japão. Sendo Rosa Miyake uma famosa representante da comunidade nipo-brasileira e tendo ela trabalhado na rádio, recebeu o convite para gravar “Pobre Pescador”. A aceitação da música foi muito boa e logo ela foi transformada em comercial animado em preto e branco.

A música se utiliza de uma antiga lenda japonesa, adaptada para a propaganda. Na lenda japonesa, um pescador salva uma tartaruga e é levado a conhecer o reino marinho como recompensa. Ao sentir saudade de sua casa, o pescador pede para ir embora. Ele recebe uma caixa e é advertido para não abri-la. Chegando à sua terra

³² Grifo nosso. Composição: Mike Maki/Hachidai Nakamura.

natal, o pescador não reconhece mais a vila em que morava e não encontra nem parentes, nem amigos, ou mesmo a casa onde vivia. Dominado pela tristeza, ele então abre a caixa e é transformado em um velhinho. O tempo que passou no reino aquático correspondia a muitos anos na superfície. A vila havia mudado radicalmente, e seus conhecidos estavam todos mortos. A caixa continha a juventude do pescador, que, ao abri-la, acabou perdendo-a.

Na adaptação para o comercial, a história é modificada. O pescador, ao ajudar o animal, é levado a conhecer o Brasil. Lá, Urashima Tarou, se encanta com a beleza e riqueza do lugar, que é caracterizado por uma praia com várias sereias. No entanto, logo ele sente saudades de casa e fica muito triste. Recebe então uma caixa que contém uma passagem de avião, podendo voltar para sua terra e rever seus queridos familiares e amigos.

Em *Pobre Pescador*³³ temos:

Urashima Tarou, um pobre pescador
 Salvou uma tartaruga
 E ela, como prêmio, ao Brasil o levou
 Pelo Reino Encantado
 Ele se apaixonou e por aqui ficou
 Passaram muitos anos
 De repente, a saudade chegou
 E uma arca misteriosa de presente, ele ganhou
 Ao abri-la, quanta alegria
 Vibrou seu coração
 Encontrou uma passagem da Varig
 E voou feliz para o Japão

Como é possível perceber na letra desta música, observando então o intratexto, toda a canção é composta pelos elementos da lenda como o protagonista *Urashima Tarou*, o ato de salvamento da tartaruga, sua visita a um novo reino, a saudade de casa e a entrega da arca.

No entanto, a adaptação mescla estes elementos originais para contar, de forma metafórica, a imigração japonesa para o Brasil. A vinda do pescador para o Brasil é a vinda dos imigrantes japoneses. *Urashima* é o típico estereótipo do japonês: pele

³³Letra de Arquimedes Messina (1968).

amarela, olhos tão pequenos que parecem estar fechados, cabelos pretos e lisos. Neste comercial temos a imagem do japonês como alguém bom (salva um animal indefeso) e alegre (grande sorriso estampado no rosto da personagem).



Figura 6 – Representação do imigrante japonês

Na primeira cena é possível ver o Japão representado por elementos como o Monte Fuji e o sol nascente; no desenho figura também um *torii* (portal sagrado do Xintoísmo). Na casa da personagem, há portas corrediças revestidas com papel; a cama onde a tartaruga se recupera está disposta no chão que é formado pela junção de vários quadradinhos (*tatami*). Assim está representada uma imagem bem tradicional do japonês.



Figura 7 – Representação do Japão



Figura 8 – Casa de um japonês

O “reino mágico” visitado é o Brasil, propriamente dito, caracterizado no comercial como um lugar de natureza exuberante (cachoeiras, florestas e muitas praias). A natureza descrita nas imagens se parece com as paisagens da floresta amazônica; no rio, há vitórias-régias, planta nativa e elemento de lendas brasileiras.



Figura 9 – Natureza brasileira como reino encantado visitado por *Tarou*

Embora a terra mágica (Brasil) promettesse aos imigrantes japoneses muitas oportunidades, a realidade não era assim de fato. A volta para o Japão era um plano futuro dos imigrantes que vieram tentar o enriquecimento no Brasil. Com a impossibilidade da volta, muitos aqui permaneceram. A saudade do Japão é algo presente em seus corações. Dessa forma, a propaganda explora este sentimento ao anunciar a novidade de voos diretos, incorporando elementos da cultura japonesa e, assim, veiculando muitas representações acerca do imigrante.

A escolha de Rosa Miyake para interpretar a canção é também consciente e intencional. Ela, como parte da família de imigrantes japoneses e sendo conhecida cantora e apresentadora tanto por brasileiros quanto por japoneses, acaba por fazer a ligação entre as duas culturas e por transmitir, de forma mais eficiente, as representações acerca do imigrante.

Com esses exemplos percorremos uma pequena parcela da trajetória da cantora e apresentadora Rosa Miyake, apresentando as dinâmicas da produção musical dessa época. A atenção à pessoa da cantora (sua história de vida), a análise das performances assim como o contexto histórico em que tudo isso se insere tornam a

utilização da música como importante recurso para se trabalhar as discussões entre identidade e representação.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões sobre a identidade mostraram duas perspectivas: a essencialista e a construtivista. A primeira perspectiva vê o conceito de identidade como algo fixo e imutável. A busca da identidade gira em torno de uma verdade incontestável a ser resgatada e que é comum. Já a segunda perspectiva tem em conta que o conceito de identidade é fluido e mutante, pois se constrói a cada instante, não apenas no passado, mas também no tempo presente.

Tendo em vista a identidade do imigrante japonês através das representações originadas pela produção midiática de Rosa Miyaki, vemos, na segunda perspectiva, um caminho elucidativo e coerente com a forma pela qual foi veiculada, no Brasil, as representações acerca dos imigrantes e seus descendentes. O processo de imigração cria identidades plurais, a serem contestadas ou aceitas. É algo que ainda está em formação e que precisa ser consolidado, no caso dos imigrantes, no novo país.

A identidade traz questões que não estão inteiramente desvendadas. O simples fato de nascermos em uma localidade não é capaz, sozinho, de criar uma identificação. Até a língua, embora exerça enorme influência, sozinha não pode ser suficiente para criar nas pessoas tal ligação. São aspectos histórico-culturais que englobam a língua, modificando-a para sotaques, dialetos e modismos próprios que identificam, por exemplo, falantes de uma determinada região e os diferenciam dos falantes de outra região.

É sobretudo pela cultura e pela história que nos consideramos de determinada nacionalidade, capazes de defendê-la e honrá-la. Ainda que essa vontade de defender e honrar a pátria não aflore tão naturalmente enquanto não formos confrontados com a alteridade. O “outro” é que desencadeia a necessidade de identificação e união com aqueles que compartilham os mesmos valores e traços de semelhança. No entanto, nem sempre os elementos consagrados como representativos são dispostos pela tradição e história, muitas vezes eles acabam sendo eleitos visando propósitos políticos e econômicos.

A imigração japonesa, como qualquer outra migração, cria conflitos de identidade que se localizam dentro de mudanças sociais, políticas e econômicas. Rosa Miyake, como partícipe do processo imigratório levou, através de suas canções e aparições na mídia, representações tanto de brasileiros sobre os japoneses quanto dos próprios imigrantes e descendentes sobre si mesmos.

Nessa perspectiva, temos a percepção de que os imigrantes desafiaram o conceito de nação já existente, para também serem nela incluídos. Rosa, com suas músicas japonesas, introduziu um pouco de sua cultura, a cultura de seus pais, e a fez conhecer para um público cada vez maior (de dentro da comunidade japonesa, para a brasileira), na medida em que ficava mais famosa.

Temos o exemplo nas músicas de sucesso da cantora: “Pobre pescador” e “*Tomodachi no koibito*.” A primeira tornou-se muito conhecida no Brasil depois de ser cantada por Rosa para a publicidade de uma companhia aérea que inaugurou voos diretos para o Japão. O sucesso foi tão grande que a música tornou-se, inclusive, marcha de carnaval, juntamente com “Seu Cabral”. A festa carnavalesca é um dos grandes símbolos brasileiros e a lenda de *Urashima Tarou* foi a ela relacionada, contribuindo, de alguma forma, para a difusão da cultura do imigrante. Pode-se inferir que, com isto, a lenda favorece a integração da comunidade *nikkei* ao restante da sociedade brasileira.

A segunda música é a canção que foi regravada em japonês por Rosa, “Namoradinho de um amigo meu” da Jovem Guarda, movimento cultural brasileiro da década de 1960 e de muito sucesso junto aos jovens, e mesmo adultos. A canção novamente parece aproximar a comunidade *nikkei* da sociedade brasileira.

A novela também trouxe uma série de representações sobre o japonês. Vemos que a narrativa das telenovelas é capaz de criar representações sobre a identidade japonesa, que podem estar mais próximas ou mais distantes da realidade. Como já foi dito neste trabalho, a força da representação identitária está na eficácia em mobilizar e produzir reconhecimento e legitimidade social, e não em sua veracidade.

Os programas de televisão “Imagens do Japão” e “*Japan Pop Show*”, diferentemente da novela, que tentava incorporar elementos da cultura japonesa, porém

sem contextualizá-los, traziam uma gama de representações menos estereotipadas, e que podiam ser transmitidas pela mídia com grande eficácia.

Sendo assim, tem-se a consciência de que todos os processos que envolvem as representações sociais não estão – nem nunca estarão – presos ou fixados em períodos ou em um passado distante. Eles se reciclam a cada dia, reforçando estereótipos, adotando novos elementos ou, ainda, questionando os caminhos percorridos por tais elementos que foram eleitos e legitimados como representantes de uma identidade.

Rosa Miyake é apenas um dos elementos para se investigar sobre a representação do imigrante japonês no Brasil. Dentro da pluralidade de identidades existentes, muitos outros elementos podem vir a contribuir para novos estudos acerca dessas representações.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, José D'Assunção. **O campo da História: especialidades e abordagens**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BENEDICT, Ruth. **O Crisântemo e a espada: Padrões da cultura japonesa**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

CABECINHAS, R. Processos cognitivos, cultura e estereótipos sociais. In: **Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO** – Volume IV, Braga: Universidade do Minho, 2004, p.541-542. Disponível em:< <http://hdl.handle.net/1822/1650>>, acessado em 27 de outubro de 2013.

GIL, Carlos Antônio. **Como elaborar um projeto de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

CHARTIER, Roger. **À beira da falésia** – A história entre certezas e inquietudes. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2002

_____ **A História Cultural: entre práticas e representações**. São Paulo: Difel, 1990.

_____ O mundo como representação. In: **Estudos Avançados**. Campinas: Unicamp, 11(5), 1991. p.173-191.

FRANCFORT,Elmo. **Av.Paulista,900: a História da TV Gazeta**. Coleção Aplauso. São Paulo: Ed. Imprensa Oficial, 2010.

FERNANDES, Ismael. **Memória da Telenovela Brasileira**. 4ªed. Ampl. São Paulo: Brasiliense, 1997.

FOUCAULT, Michel, **A ordem do discurso: aula inaugural no College de France**, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 18. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

GINZBURG, Carlo. Representação: a palavra, a idéia, a coisa. In: **Olhos de Madeira: nove reflexões sobre a distância**. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. In: **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. Vol.4, N.11, 2007, p.11-25.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro (Trad.). 3. ed., Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

KIMU, Rosangela. **Perigo amarelo**. Revista de História. V.20 Maio, 2007. Disponível em: < <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/capa/perigo-amarelo>> acessado em 27 de novembro de 2011.

LESSER, Jeffrey. **A Negociação da Identidade Nacional: imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

MAKINO, Rogério. **As relações Nipo-brasileiras (1895-1975): o lugar da imigração japonesa**. Dissertação (mestrado em relações internacionais) - Universidade de Brasília, Instituto de Relações Internacionais, 2010.

MIYAKE, Rosa. **A infância da pequena estrela**. Depoimento a Renata Costa. Disponível em: <<http://www.japao100.com.br/perfil/825/>>. Acesso em: 10 out 2013.

Online etymology dictionary Disponível em <<http://www.etymonline.com/>> Acesso em: 16 nov. 2013.

PEREIRA, Ronan A. Antropologia, cultura japonesa e as teorias *nihonjin-ron*. In. **Anais VIII ENPULLCJ**. São Paulo: CEJ/USP, 1997, p. 97-102.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

SIMPSON, Andrew. **Language and national identity in Asia**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e Diferença** – A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

SAKURAI, Célia. **Os Japoneses**. São Paulo: Contexto, 2007.

SASAKI, Elisa. A imigração para o Japão. **Estudos Avançados**, Campinas: Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) v. 20, n. 57 Agostoa2006.a

Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142006000200009&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 25 de setembro de 2011.

SUZUKI, Tae. **As expressões de Tratamento da Língua Japonesa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

YAMASHIRO, José. **História da cultura japonesa**. São Paulo: Instituição Brasileira de Difusão Cultural, 1986.

FIGURAS

Figura 1 – Kasato Maru.

Disponível em: <<http://40anos.nikkeybrasil.com.br/ptbr/fotosBio.php>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 2 – Rádio Santo Amaro. Disponível em: <<http://www.japao100.com.br/>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 3 – Rosa com Roberto Carlos.

Disponível em: <<http://www.japao100.com.br/>> Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 4 – Capa e contracapa do LP III Festival da Música Popular Brasileira. Disponível em: <<http://sanduiche musical.Blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 5 – Miss Nikkei 1983

Disponível em: <<http://www.japao100.com.br/>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 6 – Representação do imigrante japonês.

Disponível em: <<http://valeapenarelembrar.blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 7 – Representação do Japão.

Disponível em: <<http://valeapenarelembrar.blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 8 – Casa de um japonês. Disponível em:

<<http://valeapenarelembrar.blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

Figura 9 – Natureza brasileira como reino encantado visitado por *Tarou*.

Disponível em: <<http://valeapenarelembrar.blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

ANEXOS

Anexo A – Encarte com a letra da música *Urashima Tarou*.

Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/>>. Acesso em: 24 de novembro de 2013.

Anexo B – Capa e compacto *Urashima Tarou*.

Disponível em: Fundo do Baú <<http://www.fotolog.com.br/jban/25027143/>>. Acesso em: 24 de novembro de 2013.

Anexo C – Capa e contracapa do LP Rosa Miyake em Tóquio. Disponível em: <<http://sanduiche musical.Blog spot.com.br>>. Acesso em: 24 novembro de 2013.

9. ANEXOS

Anexo A – Encarte com a letra da música *Urashima Tarou*Anexo B - Capa e compacto *Urashima Tarou*

Anexo C – Capa e contracapa do LP Rosa Miyake em Tóquio



PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO: "ASTROPHONE" COMERCIO E REPRESENTAÇÃO LTDA.