

IMAGENS E INVESTIGAÇÕES - “MITATE” E OS PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO NA CULTURA JAPONESA

Cecilia Noriko Ito Saito

Cecilia Noriko Ito Saito é Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Possui Pós-Doutorado PNPd/CAPES/Uniso; Pós-Doutorado FAPESP/PUC-SP. É pesquisadora do Centro de Estudos Orientais (PUC-SP) e do CPCJ-GO (Goiânia). Coordenadora do Human Connection Project em parceria com 11 universidades brasileiras e com o Professor Shigehisa Kuriyama da Harvard University (2013/2014) apoiado pela Fundação Japão em São Paulo. Foi bolsista do Programa Fellowship da Japan Foundation Tokyo (2016). Atuou como professora de artes visuais. Autora e organizadora de sete livros publicados no Brasil.

E-mail: cnisaito@gmail.com

Blog: <http://www.hikikomorismos.blogspot.com.br>

Blog: <https://humanconnectionproject2013.wordpress.com/>

Resumo

O propósito desta pesquisa é rastrear certos traços da cultura tradicional japonesa, inseridas nos dias atuais, observando algumas imagens, seus processos de significação e atentando-nos para o estudo do conceito “Mitate”, “ver e erguer” ou, que “explora a convenção da dupla identidade”, conforme os estudos de Madalena Hashimoto Cordaro (2002). Por outro lado, alguns assuntos sobre a cultura contemporânea japonesa são abordados através da entrevista realizada com o Professor Mauro Neves Júnior, da Sophia University, e que compõe este trabalho.

Palavras-chave

Kanda Matsuri, anime “Love Live!”, mitate, Mauro Neves Jr.

Introdução

Ao caminharmos pelos arredores de Tokyo, é inevitável nos depararmos com a abundância de elementos da cultura tradicional presentes na contemporaneidade, ícones da tradição milenar, que ressignificam suas imagens para assinalar o pertencimento aos múltiplos universos visuais. Como exemplo, podemos destacar o santuário tradicional Kanda Myojin, cuja edificação fixa, em Kanda, passa a circular em forma de santuário portátil percorrendo as movimentadas ruas de Tokyo no Festival Kanda Matsuri.

O que seria tradição neste contexto? A palavra “tradição” surge do latim *traditio* e diz respeito aos costumes e valores de uma sociedade, grupo social ou escola de pensamento que permanecem vivos e são transmitidos sucessivamente pelos seus membros (Japiassú, 2008). Os cientistas sociais utilizam o termo tradição de diferentes maneiras, podendo designar um quadro temporal sem início definido, anterior à modernidade ou representar uma continuidade na transmissão das práticas culturais que permanecem vivas na atualidade. O ponto central da tradição é muitas vezes unir gerações com a intenção de reproduzir certos padrões da cultura. O Japão moderno é uma sociedade repleta de costumes, valores e relações sociais que trazem a geração do passado para o presente.

Em entrevista publicada na revista Tokyo Pop Guide, Nº 1, o gonnegi (権禰宜) sacerdote número 1, Kishikawa, destaca a relação do Santuário Kanda Myojin com o anime “Love Live!” (gênero comédia musical) e com o bairro de Akihabara. Embora aparentemente distintos, haveria algum fio de conexão entre o Santuário, o anime e o bairro elétrico? A esse respeito procuramos discutir o conceito de “mitate”, nas camadas de significados e justaposições que aproximam a cultura tradicional religiosa da cultura pop no Japão.

Kanda Matsuri o festival do Santuário Kanda Myojin em Tokyo

O Kanda Matsuri (Festival Kanda) acontece em meados de maio, nos anos ímpares, sendo alternado com outro festival chamado Sanno Matsuri. É um dos três mais importantes festivais de Tokyo, juntamente com o Sanno Matsuri e o Fukagawa Matsuri. O festival é movimentado durante uma semana de eventos, tendo como principal atração uma procissão que dura o dia todo, ao sábado, e o desfile com os santuários portáteis (mikoshi) circulando por várias localidades no domingo. Esse festival teve início no Período Edo (1603-1867) durante o governo Tokugawa, traduzindo em simbologia o desejo de prosperidade para o novo regime. Nesse período, somente os dois festivais (Kanda e Sanno) receberam autorização para atravessar os limites do Castelo de Edo, ambos eram realizados anualmente, mas, devido à competição intensa entre eles, passaram a ser realizados em anos alternados.

O festival acontece desde que o Santuário Kanda Myojin foi construído, mas o portátil teve início somente durante o Período Taisho, tornando-se bastante popular. São homenageadas as três divindades: o Deus da boa colheita e do matrimônio (Daikokuten); o Deus dos pescadores e empresários (Ebisu); e um senhor feudal do século X que foi deificado (Taira Masakado). As divindades são consagradas pelo Santuário Kanda Myojin e o Festival Kanda Matsuri celebra a fartura e a boa sorte. É também conhecido como Tenka Matsuri ou Sairei (祭礼) e esteve associado aos rituais Shinto, mas começou a sofrer transformações a partir do Período Edo. Hoje, os santuários portáteis carregam no topo do telhado a figura de uma fênix decorada e alguns penduricalhos que flutuam conforme o movimento das pessoas que o transportam percorrendo as ruas de Kanda, Nihonbashi, Otemachi e Akihabara.



Imagem 1 - Kanda Matsuri e o mikoshi (<https://www.japan-guide.com/e/e3073.html>)

O gonneki Kishikawa afirma que durante cerca de dez anos sentiu uma longa distância entre o Santuário Kanda Myojin e o bairro elétrico Akihabara, conhecido como o bairro dos otakus, pessoas aficionadas em colecionar objetos de anime e manga. Mas, depois de muitas tentativas, a imagem do santuário se tornou próxima ao bairro. Ele lembra ainda que o anime “Love Live!” destaca o Santuário Kanda Myojin e chama a atenção do público nas suas várias cenas, como por exemplo, a casa de Nozomi Tōjō (uma das protagonistas) que fica no Santuário Kanda Myojin. Quando Kishikawa pensa na relação entre a tradição e o anime “Love Live!” passa a entender o fato de que a tradição deve ser sempre criada e não permanecer apenas protegida. Uma das características do Santuário Kanda Myojin é seu espírito agregador e a procura pela inovação, mantendo a tradição e integrando as transformações. A presença do anime “Love Live!” é tão significativa que, em 2015, a personagem Nozomi Tōjō foi escolhida a mascote oficial do santuário.

O conceito de mitate e as camadas de significados e associações

A pesquisadora Madalena Hashimoto Cordaro define mitate (見立) como “ver-erguer” e enquanto técnica visual explora as dualidades em suas imagens, bastante trabalhada pelos artistas ukiyo-e (浮世絵), e “mitate-e” (見立絵) como pintura metafórica, transforma as obras antigas “delas se aproximando de modos variados: leve, irônico, paródico, mas também didático, solene, trágico” (2002, p.333). O mitate enquanto método constrói camadas imaginativas e simultâneas de significados que coexistiam sem se misturar. Como exemplo de mitate pode-se pensar a figura de uma cortesã vestida como Bodhidharma (figura mundana e figura divina) ou um ator de kabuki atuando em um papel imaginário. No ukiyo-e era comum a utilização de paródias, como por exemplo:

“...quando os aspectos mais sagrados das três religiões e os mitos mais cultuados da história são transformados em análogos burlescos no “mundo flutuante”, geralmente com muita sutileza e, às vezes, com uma obscuridade que desafia a interpretação”

(CORDARO, 2002, p.333)

No artigo “Mitate 見立: a retórica japonesa da repetição renovada” (2012), Cordaro cita Miya Kuniakira que afirma não haver equivalente ao termo “paródia” (*parodi* パロディ) no Japão e refere a outros existentes na língua japonesa (2012, p.48). Mitate pode ser pensado também como “mono-awasse”, ou seja, “comparação de coisas” (op. cit. 334) e pode ainda ser associado a “honka-dori” poemas tradicionais da corte Heian, que procuravam aproximar o passado ao presente.

Do ponto de vista do vocábulo autóctone lista: *modoki* 擬き: ao estilo de, imitando o modo de; *mane* まね: imitando gestos de; *mojiri* 捩り: deturpação, modificação palavras para conseguir efeito cômico em peças populares; *yojiri* 捩り: contorção do

corpo, torcida de palavras e sentidos; *zurashi* ずらし alteração, escorregadela, deturpação; *kae* 替え: substituição, mudança, *oko* おこ: coisas tolas, bobas, estúpidas, *warai* 笑い: riso, sorriso, risada. Do ponto de vista de importações do continente: *kokkei* 滑稽: engraçado, hilário, ridículo, absurdo, tolo; *fûsai* 風采: ar, presença, aparência; *mohô* 模倣: imitação, cópia, eco; *chôshô* 嘲笑: o ato de fazer os outros de bobo e rir, ridicularizar, escárnio

(CORDARO, 2010, p.48)

O assunto é estudado por inúmeros pesquisadores ao redor do mundo, a antropóloga Christine Yano (2013) da Universidade de Hawaii pesquisa a “cultura fofa” no Japão desde 1998 e em seu livro *Pink Globalization: Hello Kitty's Trek Across the Pacific* destaca o trabalho de Ellen Schattschneider sobre o conceito de *mitate* como referencialidade que fornece aos objetos significados frequentemente oblíquos, para entender os processos de referência intertextual. Yano cita também o antropólogo Yamaguchi Masao (1991) e a “arte da citação” em atos de justaposição, que criam ligações semânticas, como a técnica que liga objetos da vida comum a imagens clássicas e opera dentro de um modo de citação referencial, em que a circulação de significados se estende no tempo. O conceito de *mitate* está ligado ao sistema de referência entre um domínio e outro na criação de camadas de significados que se interagem. Nesse sentido, o sistema de significação pode estar ligado aos objetos do mundo espiritual, como Schattschneider enfatiza a relação fluida entre o mortal e o divino para representar e citar o outro em um dado momento, assim, o potencial de ambos torna-se onipresente. No ato de imitar e representar acontece a atualização de tal potencial.

O pesquisador Alfred Haft (do Sainsbury Institute for the Study of Japanese Arts and Cultures) estuda as três estratégias estéticas do Período Edo, trazidas no livro *Aesthetic Strategies of the Floating World. Mitate, Yatsushi, and Furyu in Early Modern Japanese Popular Culture*. Para Haft (2013) as estéticas *mitate*, *yatsushi* e *furyu* moldaram a cultura popular do período. *Mitate* é abordado como uma inesperada justaposição, *yatsushi* indica um tipo de condição reduzida, como um declínio na posição social ou humilhação, e *furyu* um ideal de elegância que descreve um período quando homens e mulheres se enriqueceram culturalmente.

“Love Live!” (ラブライブ!) School Idol Project

“Love Live!” (“Amar Viver!”) School Idol Project é um projeto multimídia lançado em 2010 pela Revista Dengeki G, desenvolvido com a parceria entre a ASCII Media Works, Dengeki G Magazine, os estúdios de animação Sunrise e a Lantis Co. O mangá “Love Live!” é um gênero comédia escrita por Sakurako Kimino e ilustrada por Arumi Tokita, publicada pela ASCII Media Works e teve início em 2012. “Love Live!” foi também produzido em CDs, vídeos, manga e jogos. Entre janeiro e março de 2013, os estúdios Sunrise produziram uma série de televisão (de anime) composta por 13 episódios foi dirigida por Takahiko Kyôgoku, escrita por Jukki Hanada e música de Yoshiaki Fujisawa, tendo nova temporada

entre abril e junho de 2014. Tanto as séries de anime quanto o filme foram licenciados para vários países. Love Live! The School Idol Movie foi distribuído pela companhia japonesa Shochiku e lançado em junho de 2015, e nesse mesmo ano foi lançado também o projeto de acompanhamento de ídolos, intitulado Love Live! Sunshine!! E o Light Novel “Love Live! School Idol Diary”, escrito por Sakurako Kimino e ilustrado por Akame Kiyose, Natsu Otono, Yōhei Murota, foi publicado pela ASCII Media Works teve início em maio de 2013 e continua sendo publicado atualmente. Há também um jogo grátis Love Live! School Idol Festival desenvolvido pela Klab e lançado pela primeira vez no Japão pela Bushiroad para dispositivos Android e iOS, em 2013.

No enredo estão vários personagens: Ayase Eli (絢瀬 絵里); Kotori Minami (南 ことり); Sonoda Umi (園田 海未); Hoshizora Rin (星空 凛); Nishikino Maki (西木野 真姫); Koizumi Hanayo (小泉 花陽); Yazawa Niko (矢澤 にこ); Tōjō Nozomi (東 條 希), destacamos uma das protagonistas Kōsaka Honoka (高坂 穂乃果) garota preocupada com a possibilidade de fechamento da escola Otonokizaka Academy, por falta de alunos, e está determinada a salvá-la. Ela acaba entendendo que a lógica da popularidade dos ídolos faz toda diferença ao assistir um video musical do grupo de ídolos escolares. Assim, Honoka e seus amigos seguem os passos do grupo A-Rise e começam a criar o próprio grupo de ídolos da escola, chamado μ's (ミューズ Myūzu, pronunciado “musa”) com o intuito de conquistar novos alunos. Com o sucesso de suas ações e impedindo o fechamento da Otonokizaka Academy, as garotas participam do Love Live, a melhor competição de ídolos escolares do país. A personagem Tōjō Nozomi (東 條 希) é o membro mais antigo do grupo, vice-presidente do conselho estudantil do terceiro ano. É a líder espiritual do grupo, de personalidade tranquila, mas também traz seu lado engraçado e usa a adivinhação como estratégia.



Imagem 2 - cartaz do Kanda Matsuri com as personagens do anime “Love Live!”
(<http://tokyoexcess.blogspot.com.br/2015/05/kanda-myojin-love-live-shrine-in.html>)

Considerações finais

Podemos pensar a imagem do cartaz promocional do Festival Kanda Matsuri 2015 como um exemplo de mitate, quando a tradição dos antigos festivais sobrevive na imagem das garotas do anime “Love Live!” não apenas nas cenas em que a protagonista Tōjō Nozomi (東 條 希) destaca a imagem do Santuário Kanda Myojin no anime ou através do significado de sua nomeação como mascote oficial do Festival Kanda Matsuri, mas porque carrega como índice a presença de um público de fãs de manga, anime e games que certamente atualizarão sua imagem na contemporaneidade, construindo novas camadas imaginativas de significados.

A seguir a entrevista realizada com o Professor Mauro Neves Júnior da Sophia University, em Tokyo, pesquisador da cultura pop japonesa, em junho de 2016.

1. O autor de “Learning from Akihabara” professor associado da School of Global Japanese Studies da Meiji University comenta que no Japão a mainstream culture é sempre o que tem sido adotado de culturas estrangeiras (外圧 gaiatsu) desde o período Meiji e que a cultura japonesa é uma subcultura. Qual a sua visão sobre isso?

Mauro Neves Jr. – Quando se pensa em “mainstream” é sempre com base no estrangeiro, eu não concordo com relação à subcultura porque nesse caso, não se leva em conta a cultura tradicional. Por exemplo, ao falarmos nas apresentações do kabuki podemos também visualizar espetáculos fora do padrão tradicional onde se incorporam outras formas culturais. Há cerca de dois anos atrás, eu assisti um espetáculo em que havia uma mistura do kabuki com o anime. Em Ginza também ocorre essa mistura, há um projeto da Shōchiku com kabuki que cria uma nova forma de ver o espetáculo de kabuki, que é considerado muito caro, assim, através da filmagem e posterior apresentação é possível ao público assistir no cinema.

2. Desde sua última entrevista para nós em 2012, como tem sido a transformação no cenário do consumo de telenovelas coreanas pelos japoneses?

Mauro Neves Jr. – O consumo de telenovelas mudou em muitos aspectos, não só as telenovelas e os produtos começaram a ser menos consumidos. Isso veio acontecendo dos próprios japoneses, não que tenha havido uma influência governamental ou algo do tipo, mas, ocorreu uma diminuição do consumo, embora não que isso signifique um desaparecimento do K-pop no Japão. Em 2012 era outra realidade, a telenovela coreana era transmitida pela TV aberta o que não ocorre mais hoje na NHK. Ocorreu uma migração para os canais a cabo, pagos, onde a escolha é livre, mas o impacto é bem menor. Em 2012 o boom coreano foi muito forte no Japão, inclusive no Koohaku Utagassen, o que não ocorre mais hoje. Não se vê mais frequentemente os grupos coreanos na TV aberta, no entanto, no ano passado, as maiores arrecadações de vendas de ingressos dos shows ao vivo foram de grupos coreanos. Hoje em dia, quando se fala de Korean Wave percebe-se que eles estão entrando na fase 2.0. A fase 1.0 era a das telenovelas e esta é a do K-pop. Não que eles abandonem as telenovelas, mas, o K-pop pode penetrar sem o apelo da televisão.

3. Existe um mundo global para as cópias dos produtos japoneses e também o crescimento de material pornográfico. A pesquisadora Sharon Kinsella fala no simbolismo psicosssexual pré-existente do Japão no ocidente que aumenta o mercado secundário. Você concorda com isso?

Mauro Neves Jr. - Há uma expectativa grande que se pode pensar como um “fenômeno” desses símbolos e a ideia da submissão da mulher japonesa, isso acaba se tornando um fetiche nos homens que vem pra cá. Trata-se de algo pré-concebido, até mesmo no relacionamento homo afetivo, de que o asiático vai ser submisso, outra visão é a de que na cultura pop há material pornográfico. É uma interpretação deturpada do manga. O manga não tem só isso, mas, se tem, por que isso acontece? Porque o manga tem muitos gêneros, similar ao HQ no ocidente. Nas lojas estão divididos por seções e acaba tendo uma seção pornográfica também, mas é óbvio que a loja não vai vender produtos pornográficos para crianças. Há um tipo de manga de menores usado para pornografia e a mesma coisa para o anime. Os animes pornográficos passam em Shinniya Bangumi das 24 às 5 horas. Existe também um forte imaginário do Japão em se tratando de sexualidade, para aqueles que vivem no Japão parece haver uma sociedade que tem muitos fetiches sexuais e aí se explora isso. Acho que tem a ver com a cultura muito fechada, no sentido mesmo de que “eu não posso me abrir” entende? O grande problema não é ter muito ou pouco fetiche e sim a exploração disso. Se existem as lojas que vendem é porque certamente existe quem compra. E fica a questão, o que é pior: quem explora ou quem consome isso?

4. O que o termo enjō-kōsai e furyō-shōjo significam hoje no Japão?

Mauro Neves Jr. - Sobre o termo enjō-kōsai, houve uma época em que isso ocorria muito, por volta da década de 1990, e até nas telenovelas isso aparecia. Hoje em dia, não sei se isso é comum. Nós ocidentais temos uma visão deturpada disso, pois há os dois lados e a culpa nem sempre é só do homem. Ainda há muitos casos de furyō-shōjo em que a menina fica grávida para conseguir sair de casa. Em muitos casos, os pais se casam muito cedo e são imaturos, hoje em dia é muito comum isso acontecer, tenho visto a mídia explorar muito isso, como por exemplo, nos casos de assassinatos de bebês, ou seja, os pais não tem a menor responsabilidade e nem os devidos cuidados.

5. Honda Matsuko descreve o mundo feminino como “yureugokumono” um traço estético de um mundo diferente (ikoku) que não é absolutamente real. Seria o mundo das “gyarus” (girls), kogyarū, yamanba, manba, as garotas que desfilam pelos arredores de Shibuya, Shinjuku e Ikebukuro?

Mauro Neves Jr. - Caso nítido do BC que vive um mundo virtual, também na forma fanática que é idealizada, seja do artista coreano, japonês, americano. Outro caso é a companhia Johnny's (Janizu), grupo japonês onde os idols são produzidos desde criança. As shogakuseis consumidoras, quando vão envelhecendo há uma exploração contínua, o conceito de “idol” será programado e a imagem será vendida. Na concepção do termo terá uma carreira limitada. Há uma agência de talentos, Janizu, que possui grupos que crescem junto com as fãs e vão se perpetuando. Não há um dia sequer sem que não vejamos na TV dois grupos: o SMAP (que está a mais ou menos 40 anos na TV) e o ARASHI (que tem mais ou menos 30 anos na TV) e o grupo Janizu tem uma força incrível no Japão, no sentido de controlar tudo na programação. Há quatro anos, no Koohaku Utagassen era possível ter dois representantes de cada agência de talentos, mas eles não sabiam o que fazer com o Janizu, então eles colocavam os artistas como apresentadores ou dançando no fundo.

6. Em Tokyo as estações de trem e metrô se transformaram em alimento para a mídia comercial com enorme apelo visual. Qual o motivo para a concentração nesses lugares?

Mauro Neves Jr. - O movimento da cidade de Tokyo se concentra no transporte público, trem e metrô, e as grandes oportunidades de vendas estão aí, as lojas do comércio e os clientes estão circulando por esses espaços, por exemplo, quanto mais próximo um imóvel for da estação de trem ou metrô o valor fica mais alto e quando se aluga eles perguntam a distância da estação. Quanto mais perto das linhas o preço fica mais caro.

7. A cultura visual no Japão é muito forte, a pesquisadora Magrit Brehm fala em "mundo-mídia" que evidencia o cotidiano. O mundo flutuante ukiyo-e do Período Edo tinha a estética do cotidiano como característica, podemos pensar em ressignificação?

Mauro Neves Jr. - Se procurarmos mais a fundo tem a ver com o Período Heian. No Período Edo a representação passou a ser mais popular, mas no Heian era da nobreza. No Período Edo a classe mais importante e que comunicava e consumia era o comerciante, que passou a financiar a criação artística. A concentração de consumo (desenhos) era do cotidiano que tem relação com o manga. Um anime muito popular chamado "Sazae-san", não fez muito sucesso fora, mas estourou no Japão por falar sobre a realidade japonesa e ao mesmo tempo tinha uma realidade fora, fantasia. Os animes que fazem sucesso são aqueles que mexem com o imaginário japonês.

8. A pesquisadora Mary Brinton fala sobre a "geração perdida" nas transformações que o Japão veio sofrendo. Você comentou sobre a geração yutori em uma das nossas conversas. Quando essa geração entrou em cena? O que isso representa em termos de mudança no país?

Mauro Neves Jr. - A expressão "Yutori Kyōiku" surgiu nas escolas Shōchu, 2002 e Kōkō 2003, o que significava que os alunos iam deixar de ter aulas aos sábados e não iam ser cobrados com mais intensidade. Yutori Sedai ou geração Yutori diz respeito a quem nasceu entre abril de 1987 até abril de 2004. O sistema mudou por volta de 2014, hoje tem a Datsu Yutori Kyōiku que começou a ser colocado no shōgakko (2011) e chugakko (2012) e kōkō (2013). A diferença é grande dentro do Yutori Sedai, aqueles que não têm nenhuma responsabilidade e ainda acham que tudo pode ser resolvido só na base da conversa, eles passam a vida educativa sem ouvir um "não", parece que nada é proibido e assim, sentem um choque enorme quando chega o momento de enfrentar isso. A mudança atinge os pais, que não sabiam o que fazer com os filhos aos sábados. Há uma expressão "monster parents" que começou a aparecer com a geração Yutori e muda a postura sobre como os pais veem a escola. Hoje há muitas críticas tornando a profissão uma das mais estressantes devido às cobranças que chegam de todos os lados e tudo se torna pressão. Antes do Yutori Sedai a escola dava crédito ao professor, mas hoje isso acabou. Agora não se pode mais perder o aluno e tudo gira em torno dele. Por exemplo, havia um programa na TBS chamado "Monster Parents" e certa vez eu estava assistindo e fiquei chocada, um aluno quebrou o vidro da escola, a mãe aparece lá e fica brava dizendo que a responsabilidade era da escola que tinha deixado a pedra naquele lugar.

9. Há uma grande polêmica sobre a baixa taxa de natalidade no Japão, o que você teria para complementar sobre essa questão?

Mauro Neves Jr. - O sistema de creches no Japão não facilita a vida profissional da mulher, sem contar que não existe um número suficiente de creches (taiji) e isso dificulta a volta dela ao trabalho. A imagem do casamento no Japão está deteriorada, continua sendo prioridade social e os profissionais de agência estão em cima, mas a maioria não tem intenção de se casar. Os dados estatísticos: homens solteiros, mulheres solteiras, não consideram quem não quer se casar e também não contabilizam os homossexuais. As agências trabalham em cima desses dados. Existe até casos de polícia em que a mulher sofre a pressão da sociedade para se casar e procura uma agência de matrimônio e às vezes acontece o kekkonsagi, quando o homem dá um golpe na mulher. Acontece também o casamento combinado entre amigos, o Gisokekkan, como um tipo de resposta à sociedade. A fonte da pressão passou a ser da sociedade e os termos: Batsuichi (divorciado), Mikon (não casado), Sono ta (outros) e komochi (tem filhos) tornam-se cada vez mais comuns na contemporaneidade.

10. Poderia nos contar sobre os seus mais recentes estudos?

Mauro Neves Jr. - Na Universidade Sophia coordeno o Instituto Iberoamericano e participo de grupos de estudo sobre a eurovisão. Um dos artigos que escrevi discute a participação de Portugal e o fracasso português e um outro que trata da Espanha. Antes de 2012 estudei a revolução mexicana sobre a análise dos filmes relacionados com ela. O último grupo de pesquisa que participei estudou o chamado “soft power” aplicado à expansão coreana, a transmigração de pessoas e produtos no Pacífico e a análise reversa. Um dos meus próximos artigos trata da cultura pop coreana entrando na América Latina.

Há mais de oito anos venho pesquisando a noção de fronteira, ou seja, o sentido de fronteira no cinema europeu. Em 2013 estive no Brasil em meu ano sabático e escrevi um artigo sobre peças de teatro de Moçambique no Brasil e em 2014 assisti em Portugal uma peça que criticava a crise de identidade em Moçambique e então falei sobre corpo e riso.

Bibliografia

CORDARO, Madalena Natsuko Hashimoto. Pintura e escritura do mundo flutuante: Hishikawa Moronobu e ukiyo-e – Saikaku Ihara e Ukiyo-zoshi. São Paulo: Hedra, 2002.

_____. Mitate 見立: a retórica japonesa da repetição renovada” 2012.

DANET, Brenda; SUSAN C. Herring (Eds.). The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online. Oxford University Press, 2007.

HAFT, Alfred. Aesthetic Strategies of the Floating World. Mitate, Yatsushi, and Fuyu in Early Modern Japanese Popular Culture. Leiden; Boston: Brill, 2013.

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. Dicionário Básico de Filosofia. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2008.

“LOVE LIVE!” https://en.wikipedia.org/wiki/Love_Live!
Acessado em: 05/11/2016.

“LOVE LIVE!” <https://lovelive.bushimo.jp/>
Acessado em 10/11/2017.

MORIKAWA, Kaichiro. Learning from Akihabara: The birth of Personapolis.
<https://e-pub.uni-weimar.de/opus4/frontdoor/deliver/index/docId/1316/file/morikawa.pdf>
Acessado em 13/10/2016

NISHIYAMA, Matsunosuke. Edo Culture: Daily Life and Diversions in Urban Japan, 1600-1868. Translated and edited by Gerald Groemer. University of Hawai'i Press, Honolulu, 1997.

TOKYO POP GUIDE N° 1 e N° 2 Publicado por JMAG.

VLASTOS, Stephen (ed). Mirror of modernity: invented traditions of modern Japan. University of California Press, Berkeley and Los Angeles, California, 1998.

YANO, Christine Reiko. Pink Globalization: Hello Kitty's Trek Across the Pacific. Duke University Press. Durham and London, 2013. P.66 -67.

Imagens

Imagem1.
<http://tokyoexcess.blogspot.com.br/2015/05/kanda-myojin-love-live-shrine-in.html>

Imagem2.
<https://www.japan-guide.com/e/e3073.html>

Glossário

Anime (アニメ) – abreviação da palavra “animação”, se refere à animação produzida nos estúdios japoneses.

Chūgakkō (中学校) – ensino fundamental

Enjō-kōsai (援助交際) – as colegiais que são pagas por homens adultos para serviços de acompanhantes ou para práticas sexuais

Furyō-shōjo (不良少女) – garota delinquente

Gaiatsu (外圧) – pressão estrangeira

Ginza (銀座) – Distrito de Chūō, Tokyo.

Gyaru, Kogal (コギャル *kogyaru*) – garotas que vestem uniformes escolares com as saias muito curtas. A palavra é uma contração de *kōkōsei gyaru* (garotas do ensino médio).

Ikemen (イケメン) – metrosexual

Kabuki (歌舞伎) – tipo de teatro japonês conhecido pelo drama estilizado e pela maquiagem dos atores.

Kekkon Sagi (結婚詐欺) – fraude matrimonial

Koukou (高校) – Escola secundária

Mainstream – corrente principal

Mono (もの) – coisa

Monster Parents (モンスターペアレント) – os pais irracionais, que criam os filhos com autoritarismo e superproteção, fazem inúmeros pedidos e queixas aos professores.

NHK Kōhaku Uta Gassen (NHK紅白歌合戦) programa televisivo japonês que acontece na virada de cada ano, conhecido como *Oōmissoka*. Os artistas se dividem em grupos branco (masculino) e vermelho (feminino) com apresentações de música *enka* e *j-pop*.

Shōchiku – se refere à Shochiku Company Limited (松竹株式会社) *Shōchiku Kabushiki gaisha* – estúdio de cinema japonês e companhia produtora do teatro Kabuki.

Soft Power – Poder brando

Shōgakkō (小学校) – educação infantil

Yamanba (山姥), Yamauba (山姥 ou 山うば), Yamanba são variações de **Yōkai (妖怪)** fantasma ou espíritos sobrenaturais do folclore japonês.

Yureugoku (揺れ動く) – tremer

Yutori-kyōiku (ゆとり教育) – redução das horas e do conteúdo curricular no ensino primário, política da educação japonesa, e esse termo foi utilizado pelos meios de comunicação para criticar a queda das habilidades nas escolas.

Yutori-Sedai – A geração Yutori refere-se aos japoneses que cursaram o ensino primário e secundário entre o final da década de 1980 e o início dos anos 2000. Esta geração é percebida como menos educada, mais frágil psicologicamente e geralmente tem pouco espírito competitivo.