

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
CAMPUS DE BAURU

**J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers**  
Comunicação, mídia, cultura e jovens

Bauru  
2009

TALITA DE CÁSSIA MOTA

**J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers**  
Comunicação, mídia, cultura e jovens

Bauru  
2009

TALITA DE CÁSSIA MOTA

**J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers**  
Comunicação, mídia, cultura e jovens

Relatório do Projeto Experimental  
apresentado pela aluna Talita de Cássia  
Mota RA: 631299 para obtenção de título de  
Bacharel em Comunicação Social -  
Habilitação em Jornalismo, na Faculdade de  
Arquitetura, Artes e Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho

Bauru  
2009

TALITA DE CÁSSIA MOTA

**J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers**  
Comunicação, mídia, cultura e jovens

Relatório do Projeto Experimental apresentado objetivando a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho - Orientador  
Professor do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura,  
Artes e Comunicação.

Prof. Dr. Ângelo Sottovia Aranha  
Professor do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura,  
Artes e Comunicação.

Profª Drª Sandra Regina Turtelli  
Professora do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura,  
Artes e Comunicação.

Bauru, 04 de dezembro de 2009

Dedicado à minha avó Dagmar.

[in memoria]

## AGRADECIMENTOS

Agradeço ao grupão querido, Marisa, Rafael, Bianca, Dani, Natália, Luana, Fouad, Aline, Lucas, Carla e Fábio e aos agregados Pátria, Neto e Tácia pelo apoio.

Ao meu orientador, Prof. Bertolli, pelos caminhos indicados.

Às outras pessoas que contribuíram com o texto conversando e respondendo perguntas.

Também agradeço mais uma vez à minha irmã, Tácia, pelo design da capa.

*De todas as vezes que a ênfase dada  
a um determinado meio muda, toda a cultura se move.*

Derrick de Kerckhove

## SUMÁRIO

1	O tema	8
2	Livro-reportagem: usos e escolha	12
3	O livro: proposta, público e dificuldades	15
4	Planejamento Gráfico	18
	4.1 Conceito da capa	18
	4.2 Páginas Internas	19
	4.3 Diagramação	19
5	Resultado final: conteúdo e perspectivas	21
6	Considerações Finais	25
7	Referências Bibliográficas	27

## 1 O tema

O Brasil está passando por um fenômeno de incorporação de signos/valores provenientes da cultura oriental e que são transmitidos através do consumo de cultura pop asiática. O conhecimento e a distribuição desses produtos culturais acontece através da mídia (internet) e é feito pelos próprios fãs.

Basicamente, a cultura pop japonesa já está entre nós há pelo menos 20 anos, desde que a extinta Manchete fez estourar sucessos da animação na sua programação. O público de hoje é, em grande parte, o público daquela época, que cresceu descobrindo outros produtos culturais asiáticos e hoje está junto com a nova geração que tem acesso a diversas culturas pela internet. Não só isso, mas o interesse pela Ásia, em geral, tem crescido. O número de *sites* sobre a música desses países tem crescido bastante, e tem surgido também o interesse pela cultura da Coreia do Sul e China. Além de *sites* e fóruns dedicados exclusivamente a artistas desses países, surgem grupos que dançam suas músicas em eventos, *covers* e *sites* que indicam e disponibilizam séries e filmes. Também é possível ver pela quantidade de artigos e estudos sobre a cultura pop japonesa que tem sido apresentado nos últimos anos pelo país. Os temas vão desde os já batidos animes e mangás (daí discutem vários aspectos, do design ao feminismo), à moda, música e cinema etc.

Vemos, então, que o interesse dos fãs não se restringe apenas ao consumo da música. Toda uma produção midiática pode ser consumida por meio da internet. O interesse no assunto agora, é ver como os fãs se organizam e eles mesmos gerenciam a distribuição desses produtos, providenciando traduções, legendas, explicações, da mesma maneira que acontece com as séries norte-americanas. Um exemplo desse processo é o fórum de discussões **DBSK Fans Brasil** (<<http://z11.invisionfree.com/dongbangshinkifansbr>>), que trabalha com séries, videoclipes (os chamados MVs e PVs) e outras produções da indústria fonográfica sul-coreana.

Além disso, a produção desses fãs começa a aumentar e a sair do ambiente virtual da internet, mostrando como o gosto foi incorporado. Surgiram várias produções nacionais de animes, mangás e música. Existem muitos grupos nacionais de J-rock (rock japonês), como o **Pathétique Poupée** (considerado um dos mais

antigos) e o **Persona**, banda do Rio de Janeiro. Também há muitas bandas e grupos em São Paulo, Curitiba e em várias cidades do nordeste, principalmente.

Um grande exemplo de produção nacional de sucesso, além das bandas é claro, é o **Grupo Mirai** de dança. Os artistas são de Belém no Pará e divulgam o pop asiático através da dança. O grupo nasceu em 2007 com cinco integrantes e chegou a 2009 com dez membros sendo conhecidos por todo o país. Mantêm um canal no Youtube (<<http://www.youtube.com/user/francokwon>>), e se apresentam em festivais de dança (como o festival do SESI).

Não só a cultura pop japonesa, mas a coreana e a chinesa também têm interessado aos brasileiros, mesmo que pareça ser com menos intensidade em comparação à japonesa. Assim, a onda **hallyu**, a chamada invasão cultural coreana, também tem chegado ao Brasil, trazendo todos os tipos de produtos culturais do mundo pop coreano, da novelinha (dorama) à *boyband*.

Originalmente referindo-se apenas aos astros da música pop, atualmente o “hallyu” diz respeito a todo e qualquer produto cultural coreano (uma série de TV, um ator, um filme) que faz sucesso seja local, regional ou mundialmente. Hoje em dia, as séries de TV já ultrapassaram a música e correspondem ao produto cultural mais valorizado pela “nova onda” coreana. (CARVALHO, 2008, p.9)

A cultura coreana já está presente entre nós como a japonesa também já é algo percebido pela mídia, pelo que se pode ver em manifestações tímidas como a matéria “*DBSK: uma boyband coreana que você precisa conhecer*”, publicada pela revista Capricho on-line.

O ano de 2008 foi marcado pela comemoração do Centenário da Imigração Japonesa no Brasil. Durante todo esse ano aconteceram eventos dedicados aos imigrantes, descendentes e à cultura, tradicional e pop. Também foi nesse ano que aconteceu um marco para os brasileiros fãs do rock japonês: dois shows do roqueiro miyavi em São Paulo, nos dias 23 e 24 de maio.<sup>1</sup>

Antes disso, a possibilidade da realização do evento **JRock Rio**, que seria realizado em 2007 com show do grupo Charlotte, já havia gerado bastante movimento

---

1 O nome artístico miyavi é escrito na sua grafia oficial com a inicial minúscula. Neste trabalho foi optado por respeitar as grafias oficiais de artistas em geral porque os fãs brasileiros assim o fazem.

pelos fóruns na internet. No entanto, o evento foi cancelado e o Charlotte teve posteriormente dois shows no Brasil, dia 11 de novembro, em São Paulo, e 12, no Rio de Janeiro. Fato é que eles seriam apenas os primeiros. Em 2008 e 2009 muitos outros shows (entre eles miyavi retornando, Kagrra, e Monoral), de bandas menores e de outras muito populares, foram realizados por diversas partes do Brasil, no nordeste e sudeste principalmente, mostrando como o interesse por essa cultura pop tem crescido de forma generalizada, sem discriminação de lugar, bastando ter uma conexão com a internet para que o interesse seja perceptível.

Mas, a realização de um show no Brasil de um cantor importante do rock japonês, como o miyavi, chamou a atenção da mídia com as notícias: **Rockeiro japonês atrai multidão a São Paulo** (RODEIRO, 23 maio 2008.) no Jornal da Gazeta e **Músico japonês reúne jovens no Centro de São Paulo** (VANIQUE, 23 maio 2008.), no SPTV 2º Edição. A própria MTV Brasil desenvolveu um Blog sobre J-Rock (<<http://mtv.uol.com.br/jrock/blog>>). Manifestações como essas começam a mostrar que há no Brasil um público forte para esse tipo de música. Assim, realmente percebemos que

Nós, seres humanos, intercambiamos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integrarmo-nos com outros e para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições ou rituais (CANCLINI, 2009, p.71)

O interesse crescente pela cultura pop asiática satisfaz as necessidades culturais crescentes em uma sociedade pós-moderna na qual o multiculturalismo é grande. Para Maffesoli, a “Pós-modernidade tende a favorecer, nas megalópoles contemporâneas, ao mesmo tempo o recolhimento no próprio grupo e uma aprofundamento das relações no interior desses grupos” (MAFFESOLI, 1998, p.126.)

Assim, a formação dos grupos j-rockers, k-poppers e c-poppers relacionados à música e cultura pop japonesa, sul-coreana e chinesa, respectivamente é sinônimo do aprofundamento das relações das pessoas nesses grupos de interesses culturais, pois “*a constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas*” (MAFFESOLI, 1998, p.137, grifo do autor). É processo necessário no aprimoramento cultural das sociedades, pois a

sociedade pós-moderna é formada por multi identidades. Então, percebemos nesses contatos culturais que

A maioria das situações de interculturalidade se configura, hoje, não só através das *diferenças* entre culturas desenvolvidas separadamente, mas também pelas maneiras *desiguais* com que os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades, combinando-os e transformando-os. (CANCLINI, 2006, p.131)

Portanto, o contato que se dá entre as culturas orientais e os brasileiros leva à formação do grupo em questão de forma hibridizada. Ou seja, não é uma cultura que se impõe sobre a outra, mas as duas se misturam. Os valores orientais são assimilados, reinterpretados e incorporados por esses grupos. Existe uma remodelagem de identidades pelos processos comunicacionais, dessa forma a comunicação exerce papel essencial na estruturação da sociedade. Segundo Dolalquiaga (1998), enquanto a cultura organiza as identidades, as identidades organizam os significados. Assim, as comunicações e as mídias (no caso a internet e a comunicação on-line, muitas vezes feita de fã para fã) se estruturam num fenômeno sócio-cultural, num microgrupo.

A tribo urbana pós-moderna funciona como uma família ampliada. Há o prazer de estar junto e compartilhar interesses na forma de lazer, pois o pós-modernismo leva a mudanças e cria novas maneiras de significar. Na perspectiva de Maffesoli,

O que é certo é que está renascendo uma outra concepção do tempo que vai privilegiar o que os romanos chamavam *otium*, uma espécie de férias, ou melhor, de *disponibilidade social*, que deseja compor o lazer, a criação e o prazer de estar junto. (MAFFESOLI, 1996, p.66, grifo do autor)

Fato é que esse grupo não tem visibilidade na mídia nacional (não-especializada), as pessoas ouvem falar, mas não há entendimento do que realmente seja esse fenômeno e o que ele acarreta para as pessoas que dele fazem parte. No entanto, o entendimento e reconhecimento da mídia é necessário para a sociedade, já que “as mídias são as referências de percepção básicas disponíveis para a grande maioria das pessoas do mundo contemporâneo.” (LOPES, 2004, p.63). Se a mídia não reconhece, a sociedade não chega a conhecer.

## 2 Livro-reportagem: usos e escolha

O livro-reportagem é um veículo utilizado no Brasil de forma a contribuir com a mídia impressa na exploração de assuntos que, por necessidade de um espaço maior ou falta de tempo, entre outros motivos possíveis, não conseguem ou não podem ser abordados com a profundidade necessária em revistas e jornais.

Segundo Edvaldo Pereira Lima no livro *Páginas Ampliadas*, o livro-reportagem herdou do Realismo Social do sec. XIX as características de descrições minuciosas das cenas e o enriquecimento da narrativa com detalhes que em outros aspectos seriam deixados de lado, sendo incorporados pela prática jornalística. Além disso, o livro-reportagem no Brasil é diferente dos existentes em outros países, nos Estados Unidos e alguns países da Europa, onde essa mídia já é mais desenvolvida, mais antiga e mais utilizada. No entanto, o livro-reportagem também tem uma história aqui, sendo seu primeiro grande expoente *Os Sertões*, considerado uma produção híbrida entre o romance e o jornalismo, e por isso mesmo o início do livro-reportagem brasileiro.

A incorporação da grande reportagem pelo livro, passa pela abertura de espaço para que a grande reportagem fosse veiculada pelas mídias brasileiras. Assim, o primeiro veículo que conseguiu destaque para a publicação de grandes reportagens foi o semanal *O Cruzeiro*, que foi lançado em 1928. A revista atingiu seu ápice na dec. de 1950 e veio a decair na década seguinte, sendo substituída (seu espaço editorial) em 1965 pela revista *Realidade*. Esse foi outro veículo que marcou a história, pois inovou abordando qualquer tema, dando liberdade de pauta, utilizando personagens anônimas, observação participante e embasamento em documentos, características que seriam herdadas por vários veículos e jornalistas e também pelo livro-reportagem.

No entanto, a revista *Realidade* não chegou a atingir o nível de aprofundamento que o livro-reportagem pode conseguir, pois cometeu alguns erros que a impediram de conseguir tal feito. Apesar de ser ícone da liberdade estética do jornalismo brasileiro, deixou lacunas ao abordar tema único e pecou em contextualização quando utilizava reportagem-conto, não chegando ao nível de experimentalismo do *new journalism* norte-americano. Porém, muitos dos jornalistas que escreveram os primeiros livros-reportagem, que inclusive

alcançaram sucesso de abordagem e aceitação/vendas, saíram de sua redação e também do *Jornal da Tarde*, entre eles Fernando Moraes, Ruy Castro e Zuenir Ventura.

No contexto atual da sociedade brasileira, o livro-reportagem é um veículo aceito na reconstrução de fatos e histórias de importância nacional e internacional, sendo mais comuns nas livrarias na categoria biografia, mas também abordando qualquer tema antigo ou atual, até porque, e ainda segundo o conceito de Edvaldo Pereira Lima, o livro-reportagem está no “nível de capacidade de interpretação da atualidade” (LIMA, 1993, p.22), pois

O livro reportagem cumpre um relevante papel, preenchendo vazios deixados pelo jornal, pela revista, pelas emissoras de rádio, pelos noticiários da televisão. Mais do que isso, avança para o aprofundamento do conhecimento do nosso tempo, eliminando, parcialmente que seja, o aspecto efêmero da mensagem da atualidade praticada pelos canais cotidianos da informação jornalística. (LIMA, 1993, p.16)

Faz isso se utilizando de ampliação horizontal (amplitude quantitativa no número de informações e dados) ou, ainda, ampliação vertical (amplitude qualitativa com análises, interpretações etc de áreas afins ao assunto em questão). Isso é possível porque, no campo da comunicação, o livro-reportagem é um veículo não-periódico cujas reportagens têm amplitude maior do que as dos veículos periódicos. Dessa maneira, o livro-reportagem é um veículo midiático que deve ser utilizado no aprofundamento do assunto junto a outros meios de comunicação, pois enquanto estes promovem a informação sobre um assunto, o livro-reportagem transforma a informação em conhecimento.

Outra característica essencial desse veículo é que se torna possível a construção da reportagem documental (também chamada de *quote-story*), que é caracterizada pela utilização de “citações que complementam e esclarecem o assunto e dados que conferem fundamentação” (LIMA, 1993, p.28), fazendo o aumento/aprofundamento qualitativo da informação (ampliação vertical).

Ainda segundo o conceito de Edvaldo Pereira Lima, existem alguns tipos de conteúdo propostos pela comunicação de massa, entre eles os conteúdos chamados osmóticos. Os conteúdos desse tipo procedem da corrente de relação cultural,

contatos, convergências de valores, ritos, símbolos, formas, estilos e conteúdos das sociedades, grupos e culturas particulares. Podendo ser classificado, de acordo com as classificações de tipos de livro-reportagem do mesmo autor), como *Livro-reportagem nova consciência*, cuja temática aborda questões recorrentes das novas correntes comportamentais, sociais, culturais, econômicas e religiosas que podem surgir em todas as partes do mundo. Dessa forma,

Busca não deixar a audiência desprovida de meios para compreender seu tempo, as causas e origens dos fenômenos que presencia, suas consequências no futuro. Vai fundamentar sua leitura da realidade na elucidação dos aspectos que em princípio não estão muito claras. Almeja preencher os vazios informativos, conforme a terminologia de Luiz Beltrão. (LIMA, 1993, p.25)

Assim, a idéia de como discutir a questão do fenômeno de neotribalismo a partir das culturas pop asiáticas em um Projeto Experimental para o curso de Jornalismo abriu diversas possibilidades. É possível encontrar muitas reportagens sobre o assunto, mas nada tão específico que pudesse explicar como/porque ocorrer o fenômeno e a relação que eles (as pessoas que se identificam e fazem parte do grupo) constroem com os valores apreendidos através desse contato entre as culturas asiáticas e brasileira.

Esse grupo, assim como qualquer fenômeno cultural novo para uma sociedade, para ser entendido, depende de mais do que a simples notícia. A informação deve ser acompanhada de explicações e interpretações, provenientes de outras áreas das ciências humanas que possam traduzir seus aspectos. Era preciso explicar muitos conceitos e termos para poder desenvolver o tema, assim um produto que contivesse um grande conteúdo seria o ideal. Assim, o jornalismo na forma de grande reportagem em um livro-reportagem, de acordo com os aspectos explicados anteriormente, mostrou ser o melhor formato para o Projeto Experimental.

### 3 O livro: proposta, público e dificuldades

Embora existam muitas publicações sobre as culturas asiáticas (e vários produtos pop delas), não são encontrados estudos sobre os fãs como um grupo e sobre o fenômeno em si, ou seja, não há uma bibliografia que aborde o tema. Dessa maneira era preciso relacionar a comunicação, e assim o jornalismo (através do livro-reportagem), com as perspectivas da antropologia cultural e estudos culturais para construir um texto como uma grande reportagem capaz de ajudar a compreender o fenômeno.

As culturas pop de diversas origens sempre geraram discussões sobre os valores de seus produtos culturais e o que acontece quando há o contato com culturas diferentes da sua origem. Isso não é diferente com as culturas pop dos países do Leste Asiático (especificamente Japão, Coreia do Sul e China). O que acontece agora é que os signos/valores alternativos presentes nas culturas pop desses países têm entrado em contato com os brasileiros, o que possibilita a formação de grupos de interesse na sociedade, sendo um fenômeno possibilitado pela comunicação através da internet e propagado pelos próprios fãs.

Assim, pensando em um assunto novo para a mídia nacional e para as pessoas em geral, a principal proposta do Projeto Experimental é a de entender o processo de neotribalismo que acompanha o interesse pela música asiática no Brasil. Porém, o acesso ao significado do fenômeno social passa pela discussão desse fenômeno com os atores sociais nele envolvidos, pois “Quando indivíduos codificam ou decodificam mensagens, eles empregam (...) várias formas de conhecimento e suposições de fundo que fazem dos recursos culturais que eles trazem para apoiar o processo de intercâmbio simbólico” (THOMPSON, 1998, p.29), ou seja, era necessário encontrar essas pessoas e conversar com elas.

Como o conhecimento dessa cultura pop acontece intermediada pela comunicação na internet, foi necessário acessar vários *sites* e fóruns e acompanhar as discussões. Foi assim que conhecemos e conversamos com a maioria das pessoas que têm suas falas no texto, além de outras também. Ir ao evento relacionado, **Anime Friends**, evento realizado anualmente em São Paulo voltado principalmente à animação japonesa, mas com amplo espaço para as culturas pop asiáticas, para ver seu funcionamento e conversar com outras pessoas também foi uma solução

que ajudou para se conhecer profundamente a questão.

O tema é de interesse, já que é um fenômeno sócio-cultural. A sociedade é a dimensão pública do significado, é nela que se vêem os recortes e reconstruções das mensagens culturais transmitidas pelas mídias (que se constituem em diferentes possibilidades de leituras). Assim, o processo de neotribalismo foi abordado com foco nos seus membros, o que era, além de necessário, essencial para a compreensão do fenômeno, pois

Em seu aspecto puramente instrumental ou racional, o pensamento individualiza, da mesma forma que, ao nível teórico, recosta e discrimina. Por outro lado, integrando-se numa complexidade orgânica, isto é, abrindo espaço para o afeto e para a paixão, e, também para o não-lógico, esse pensamento favorece a comunicação do ser/estar-junto. É isto que leva, no primeiro caso ao desenvolvimento do político como fator de reunião desses elementos díspares. É isto que permite ressaltar, no segundo caso, a preeminência do grupo, da tribo, que não se projeta na distância, ou no futuro, mas vive no concreto mais extremo que é o presente. (...) vemos aparecer estruturas de comunicação, ao mesmo tempo, intensivas e reduzidas no espaço. (MAFFESOLI, 1998 p.98)

Outra questão importante na elaboração do Projeto Experimental foi a preocupação com o repertório dos leitores. Considerando o desconhecimento do assunto, tornou-se necessário explicar cada termo utilizado, assim como também mostrar como se constituem os cenários musicais do Japão, Coréia do Sul e China.

Outra informação necessária foram as imagens de artistas, os modos de cada artista (vestuário, maquiagem, estética em geral etc), principalmente dos estilos do rock que são valores importantes para o grupo. Assim como já foi definido por Maffesoli, “Essa ligação não tem a rigidez dos modos de organização que conhecemos. Remete, antes, a uma ambiência, a um estado de espírito, manifesta-se, de preferência, através dos estilos de vida que vão privilegiar a aparência e a “forma”” (MAFFESOLI, 1998p.139), sendo algo cuja abordagem se fazia necessária.

Também foram respeitadas as terminologias utilizadas pelo próprio grupo, inclusive o nome do grupo, que por eles mesmos são escritos com “p” dobrado em k-poper e c-poper no plural. Assim, os nomes dos grupos mais as questões que os relacionam na formação do fenômeno ajudaram a decidir o nome do Projeto Experimental.

Dessa forma, o projeto “J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers - comunicação, mídia, cultura e jovens” foi feito na perspectiva da cultura e comunicação na pós-modernidade com o objetivo de atingir o público que faz parte do grupo abordado e estudiosos da cultura e/ou sociedade, e assim explicar algo que ainda não foi totalmente compreendido pela mídia nacional.

## 4 Planejamento Gráfico

O planejamento gráfico desse projeto foi pensado para que o produto final ficasse com uma cara séria, porém não pesada. Dessa forma foram escolhidas duas fontes para o texto: Times New Roman (Times) e Georgia (Georgia). A primeira foi usada para o corpo do texto geral, enquanto a segunda foi colocada nos títulos, subtítulos e tópicos com a intenção de quebrar um pouco a seriedade da outra fonte.

Para o tamanho do livro foi escolhido um formato convencional: 14 X 20,7, pois como as imagens são poucas e não muito grandes, não havia a necessidade de um tamanho maior. Decidiu-se utilizar imagens para mostrar alguns dos artistas citados, pensando no repertório de um possível leitor que não conheça o cenário musical abordado.

### 4.1 Conceito da capa

A capa do livro “J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers - comunicação, mídia, cultura e jovens” foi elaborada considerando-se, principalmente, a simplicidade da informação gráfica. Com isso, alguns critérios foram adotados para a elaboração da capa.

Assim como toda cultura moderna tem por base (evolui) uma cultura tradicional, o desenho da capa é de flores de cerejeira, desenho comumente usado no Brasil para falar de cultura tradicional japonesa. Apesar de se ter outras culturas também no livro (sul-coreana e chinesa), a referência à cultura japonesa teve prioridade por ser mais presente e de maior destaque na mídia e no grupo estudado. Outro motivo é que geralmente vemos essas flores em reportagens para fazer referência a cultura asiática no geral, assim, considera-se que o público já está acostumado com essa informação visual.

Dessa maneira, há a intenção de passar informação sem que seja necessária uma poluição visual. Para atingir esse objetivo foram utilizadas na capa apenas a fonte JasmineUPC (JasmineUPC), pois é uma fonte com desenho simétrico e, por isso mesmo, séria, mas não pesada. Já as cores, roxo e rosa, foram escolhidas por

serem as mais comuns nas combinações de preto + alguma cor utilizada pelos j-rockers e visto também no estilo Kabuki rock.

## 4.2 Páginas Internas

Para as páginas internas foram utilizadas as fontes Times New Roman e Georgia. O texto foi escrito com Times New Roman tamanho 12, para as citações e trechos de entrevistas foi utilizado o tamanho 11, sendo as entrevistas em itálico. As legendas das ilustrações são na mesma fonte, mas em tamanho 10. As notas de rodapé são no tamanho 9.

Os títulos foram colocados em Georgia tamanho 14. Já os subtítulos e tópicos são em Georgia 12, sendo os tópicos em negrito. Em negrito também estão todos os destaques que foram considerados necessários ao texto, já as terminologias usadas em outras línguas, principalmente o inglês, estão em itálico. Toda a numeração das páginas é feita em Georgia 10. Todo o sumário está em Georgia 12.

As notas de rodapés receberam recuo de 0.2 cm e as citações um recuo de 2cm. Para as entrevistas, o recuo foi de 0.5cm. Assim as páginas ficariam com o peso visual equilibrado, mostrando onde é texto, nota, citação ou parte de entrevista.

## 4.3 Diagramação

A diagramação é a parte que trata da disposição dos elementos gráficos (entre imagens e todos os tipos de texto) existentes na capa do livro e nas suas páginas internas.

A capa e a contra-capas tiveram o texto centralizados para manter o conceito de não poluição visual. O texto da contra-capas se constitui de um parágrafo do terceiro capítulo da primeira parte do livro.

As páginas internas receberam as imagens no meio do texto, em algumas com partes do texto ainda do lado. Já as legendas foram colocadas abaixo e/ou ao lado da imagem com a fonte um pouco menor.

O objetivo dessa organização, mantendo as imagens junto ao texto, era simplesmente a de ilustrar o texto e mesclar a informação textual com a informação gráfica, pensando principalmente no repertório dos leitores, pois todas as imagens são de artistas da Ásia, já conhecidos pelos membros do grupo, mas desconhecidos pela maioria dos brasileiros.

## 5 Resultado final: conteúdo e perspectivas

O Projeto Experimental “J-Rockers \* K-Poppers \* C-Poppers - comunicação, mídia, cultura e jovens” se tornou em um livro de 183 páginas constituído de itens para compreender o fenômeno, entre eles o contexto, no sentido da relação entre cultura e comunicação, e o contexto das indústrias fonográficas do pop asiático, e falas dos membros do grupo (retiradas de entrevistas) para mostrar seu ponto de vista sobre o assunto.

Para compreender o fenômeno foi necessário dividir o livro-reportagem em três partes: “*A comunicação como instrumento de estruturação social e cultural*”, que defende a comunicação no processo de conhecimento da cultura e explica o papel da internet na questão abordada, “*Você já ouviu esse som?*”, cuja função é contextualizar o cenário pop asiático, e “*Nesse nosso mundo paralelo*”, que mostra os valores do fenômeno (e algumas questões diferenciando lá e aqui) e como ele já é visto.

Assim, a primeira parte da grande reportagem tem cinco capítulos, cada uma apresentando seu assunto e aprofundando em direção ao tema central (o fenômeno). O primeiro capítulo trata da questão da identidade, ou seja, como acontece o reconhecimento de participação em um grupo. Já introduz a perspectiva de Maffesoli do neotribalismo, processo da pós-modernidade. Assim, mesmo sendo parte de um grupo, “aqueles que se apóiam no princípio de individuação, de separação, estes, pelo contrário, são dominados pela indiferenciação, pelo “perder-se” em um sujeito coletivo, o que chamarei de neotribalismo” (MAFFESOLI, 1998, p.16).

O segundo capítulo mostra a presença de influências culturais asiáticas já muito recorrentes no Brasil. Por isso, tem três subtítulos para separar a contextualização histórica das imigrações japonesa, coreana e chinesa, (presentes nessa mesma ordem), e assim mostrar como essas culturas, mesmo as mais tradicionais, são reais no país, em alguns lugares com mais força. No entanto, todas as partes do livro referentes à história da imigração chinesa e sua cultura pop são menores e menos completas do que as demais. Isso aconteceu devido à dificuldade de se encontrar dados e/ou fontes confiáveis.

O capítulo seguinte explica a questão da **potência** de uma cultura, no

aspecto do seu contato com uma cultura diferente e na maneira como ela sobrevive a isso. Visto que a densidade cultural de uma sociedade é sempre crescente, ou seja, tudo que chega a ela (todo aspecto cultural novo) é aproveitado, incorporado e/ou reinterpretado, a potência da cultura pop asiática vai impulsionar o surgimento de um micro grupo cuja base reguladora está nela.

Já o quarto capítulo defende a relação e importância da comunicação via internet para a cultura em geral e especificamente nesse fenômeno. Quer mostrar que o conhecimento das culturas pop asiáticas acontece quase que exclusivamente através desse meio de comunicação, já que “a heterogeneidade de ideários, identidades, práticas e naturezas consecutivas se reflete em usos e apropriações distintos das engrenagens comunicacionais, aí incluídas as da Internet” (MORAES, 2001, p.140). O último capítulo da primeira parte trata do que é um fã e da relação de fãs de culturas pop, e das maneiras como a sociedade reage a eles, quase sempre, na defensiva. Pois, entre outros aspectos, os fãs fazem a ligação do real com o imaginário.

A segunda parte do livro foi feita apenas para mostrar (e entender) o cenário pop/da indústria cultural dos três países da Ásia, Japão, Coreia do Sul e China, respectivamente, pois “Investigar a sociedade *dentro* da Indústria Cultural é uma forma de elaborar certos sentidos da cultura que a engedra (...) vamos esbarrar nas indicações precisas daquilo que ela reproduz de nós e do que produz para nós.” (ROCHA, 1995, p.45, grifo do autor). Mas, principalmente porque, mesmo que essa indústria cultural não seja feita para nós (é feita para o consumo daqueles que vivem nos países em questão), ela nos alcança da forma que é produzida (sem edições e/ou filtros culturais), processo que é uma das maiores características da comunicação através da internet. Dessa maneira, é preciso ver quais os signos valorizados por elas.

Tendo isso em mente, essa parte do livro recebeu quatro capítulos. Como já foi dito, feitos para contextualizar o cenário pop asiático. Mas, o primeiro foi feito para mostrar que a cultura pop (no caso a música, rock e pop) faz parte dos fenômenos globais, presentes de maneiras diferentes em todos os lugares. Em seguida, vêm as contextualizações asiáticas, primeiro sobre o Japão, que recebeu um subitem específico para o rock, por ser este com características singulares cujos detalhes são importantes; depois a música da Coreia do Sul e, por fim, a

música chinesa. Decidiu-se manter a mesma ordem utilizada no capítulo das imigrações para manter uma organização e também porque nessa ordem o texto vem diminuindo em quantidade, sendo o capítulo japonês bem maior do que o chinês.

A terceira parte tem apenas quatro capítulos antes das Considerações Finais. O primeiro retoma a questão do neotribalismo na sociedade pós-moderna e apresenta o grupo de forma mais pontual ao assunto, falando do repertório cultural disponível aos membros do grupo. Depois da apresentação do grupo, o segundo capítulo fala da diferença cultural entre o grupo *Otaku* brasileiro (fãs de cultura pop japonesa, cujo fenômeno está ligado aos j-rockers) e o correspondente cultural asiático. Aí faz uma síntese dos aspectos negativos discutidos no livro *Otaku -Filhos do Virtual* (BARRAL, 2000) e mostra a importância da música e da moda como valores/signos de individualismo e liberdade.

O capítulo três também tem subitem. Primeiro explica melhor o que é o *Otaku* e qual a sua ligação com o fenômeno, com um contexto histórico do termo e dos aspectos que acompanham a palavra no lugar de origem. Depois, o subitem traz o assunto para o Brasil e discute a utilização do termo apresentando um episódio criado pela mídia através de uma notícia veiculada no programa de TV Fantástico (“*Universo anime inspira fuga de namorados*”, Fantástico, 17 jun. 2007.) que é importante para o grupo, por abrir a discussão sobre falta que a mídia tem de conhecimento do assunto. Por fim, o capítulo final é o que fala do grupo e de seus valores, tentando levar a uma visão mais positiva do fenômeno, a partir de explicações de seus membros.

Além disso, mais duas seções foram colocadas no livro após as considerações finais. Elas não foram programadas e surgiram no processo de conhecimento do grupo, principalmente através de conversas. A primeira é o “*Glossário*”. Ele reúne, em ordem alfabética, termos e palavras muito específicos e coisas que são assuntos (principalmente nomes de revistas, programas de TV e fãs clubes etc). Foi feito ao se perceber que o vocabulário do grupo era muito amplo, o que poderia dificultar o entendimento de alguém fora desse universo.

O segundo, “*Para acessar*”, traz uma lista de *sites* em português que o grupo acessa e que foram aparecendo ao longo do caminho (ou sendo indicado/mencionado ou através de busca sobre algum artista). A maioria é dos

próprios fãs, com exceção de alguns oficiais, como o responsável por trazer shows ao Brasil, o **Yamato Music Station** (<<http://www.yamatomusicstation.com.br/>>).

Com esse Projeto Experimental concluído espera-se diminuir as dúvidas sobre a existência de tal fenômeno, além de facilitar sua compreensão para estudiosos de cultura e sociedade, para a mídia e também para pessoas que conhecem alguém que se diz j-rocker, k-poper ou c-poper. Deixar claro que o fenômeno de neotribalismo com as culturas pop asiáticas é algo já muito forte no Brasil e, por isso, merece a atenção da mídia, também é um objetivo.

## 6 Considerações Finais

Vemos que na sociedade brasileira emergem novos grupos e novos padrões comportamentais baseados em valores culturais diferentes. A manifestação do fenômeno j-rocker, k-poper e c-poper é apenas mais um dos muitos possíveis, e que podem ser cada vez mais frequentes e diferentes com a propagação do acesso a internet.

Isso é possível porque a comunicação na internet proporciona o conhecimento de outras culturas como elas são produzidas (a indústria cultural de outros países chega a diversos lugares). Em outras palavras, o conhecimento de culturas pop diversas se torna mais fácil e acessível, pois não existem filtros ou qualquer tipo de interferência além daquela que já é feita para a veiculação no país de origem.

Dessa maneira, a opção pelo consumo cultural da música asiática é indicativo de que seus valores são bem aceitos por aqueles que a consomem. Além disso, o surgimento de neotribalismo relacionado a esse processo mostra que o fenômeno é mais profundo do que aparenta ser, e que o gosto musical não é algo vazio de significado. Antes é processo de reinterpretação e identificação com essas culturas (seus produtos culturais, signos e valores etc).

Por isso, é preciso conhecer o grupo que está presente na nossa sociedade e que é reflexo do pós-modernismo, cuja principal característica é a existência de multi identidades e valores. Nesse contexto, de fenômeno sócio-cultural, os meios de comunicação, como veículos que estruturam a realidade social e cultural, são importantes e o papel da internet, comunidades e redes sociais em geral são essenciais.

O grupo é algo recente na sociedade brasileira. Apenas de três anos para cá o Brasil tem recebido shows de artistas importantes, e por isso mesmo o fenômeno não é conhecido pelos outros brasileiros (que não fazem parte do grupo). Assim, as culturas pop asiáticas (mesmo sua existência) é uma novidade para a maioria das pessoas. Esse não conhecimento gera problemas para quem faz parte do grupo, mesmo brigas como se pode ver no livro.

Por isso, aponta para a necessidade de reconhecimento e legitimação pela

mídia nacional para que, então, a sociedade também possa conhecer, visto que a mídia constitui os parâmetros que temos da sociedade. Facilitar o conhecimento e compreensão desse fenômeno e de seus membros é o que se pretende atingir com este Projeto Experimental.

## 7 Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Fernanda. *Moi Dix Mois, metal com estética gótica nipônica*. **Revista Rock Brigade Virtual**. Disponível em: <<http://www.rockbrigade.com.br>> Acesso: 11 dez. 2007.

BARRAL, Étiene. **Otaku - Os filhos do virtual**. São Paulo: SENAC, 2000.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *A identidade e a representação - Elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região*. In: \_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Lisboa: Bertrand/Defel, p.107-132.

CAMARGO, Pedro Miguel "Prayer". *J-Music, introdução e conceitos básicos*. **Revista Anime Do**. Collection nº05 (Revista nº 61) .São Paulo: Escala.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARVALHO, Ludmila Moreira Macedo de. **Repensando o melodrama no contexto asiático: um estudo sobre a série televisiva sul-coreana Dae Jang Geum**. Contemporanea, vol. 6, nº 1. Jun.2008.

DA MATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DA MATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

DOLALQUIAGA, Celeste. **Megalópolis: sensibilidades culturais contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 1998. (Coleção Megalópolis)

FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1997 (Coleção Megalópolis).

GEERTZ, Clifford. *Uma descrição densa: Por uma teoria interpretativa da cultura*. In: \_\_\_\_\_. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978, p.13-41.

GRAIEB, Carlos. O Japão é Pop. **Revista Veja**. Edição 1835, nº 1, ano 37. 7 jan. 2004.

HIRASAKI, Cesar. Pequena Londres. **Revista Made in Japan**. nº 116. ano 10. São Paulo: JBC.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 4 ed. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1997.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

IORI. Breve história do j-rock. **Revista Neo Tokyo**. nº 16. São Paulo: Escala.

IORI. Breve história do j-rock - parte 2. **Revista Neo Tokyo**. nº 17. São Paulo: Escala.

IORI. Dir en grey na dianteira da invasão nipônica. **Revista Rock Brigade Virtual**. Disponível em: <<http://www.rockbrigade.com.br>>. Acesso em: 11 dez 2007.

IORI. X JAPAN: Os veteranos deuses do j-rock. **Revista Rock Brigade Virtual**. Disponível em: <<http://www.rockbrigade.com.br>>. Acesso em: 11 dez. 2007.

IORI. B'z: a dupla de ouro do rock japonês. **Revista Rock Brigade Virtual**. Disponível em: <<http://www.rockbrigade.com.br>>. Acesso em: 11 dez. 2007.

KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura** - Uma investigação sobre a nova realidade electrónica. São Paulo: Mediações.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** São Paulo: Ed 34, 1996. Coleção TRANS.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993. (Coleção Momento).

LOPES, Luís Carlos. **O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos.** São Carlos: UFSCar, 2004.

LULL, James. Significação em ação. In: RECTOR, Mônica; NEIVA, Eduardo (orgs.) **Comunicação na era pós-moderna.** Petrópolis: Rio de Janeiro, Vozes, 1995.

MACHADO, Carlos Alberto. **Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis.** Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. NP Comunicação e Culturas Urbanas: Curitiba, Paraná, 2009.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações - comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MATTÉI, Jean-François. **A barbárie interior: Ensaio sobre o i-mundo moderno.** São Paulo. Editora UNESP, 2002 p.37

MORAES, Dênis de. **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia Bibe. (Org.) **Cultura Pop Japonesa: mangá e animê.** São Paulo: Hedra, 2005.

NOGUEIRA, Tânia. O Japão está na moda. **Revista Época**, edição nº 516. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com>>. Acesso em: 30 abr. 2009.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2000.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural.** São Paulo: Contexto, 2007.

POETA, Patrícia (repórter). **Universo anime inspira fuga de namorados.** In: Rede

Globo de Comunicação: Fantástico, 17 jun. 2007.

Redação Capricho. **DBSK**: uma boyband coreana que você precisa conhecer. Disponível em: <<http://www.capricho.com.br>> Acesso em: 02 out. 2008.

REVISTA MADE IN JAPAN. nº 117, ano 10. Editora JBC. Edição Histórica Bilíngüe.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho**: comunicação, cultura e consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. p.155

RODEIRO, Carla (repórter). **Rockeiro japonês atrai multidão a São Paulo**. In: TV Gazeta: Jornal da Gazeta, 23 maio 2008.

ROGANTI, Margareth Ap. **A imigração coreana**: o processo de fixação e ascensão social dos imigrantes e descendentes no bairro do Bom Retiro. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Araraquara: UNESP, 2003.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

SAITO, Hiroshi; MAEYAMA, Takashi. **Assimilação e integração dos japoneses no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes/Edusp, 1973. (Estudos Brasileiros IV).

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação**: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003.

Taliana. **Glossário do KoME**. Disponível em: <<http://www.kome-world.com/br/articles-285-glossario-do-kome.html>>. Acesso em: 26 out. 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

Time JaME. **Charlotte no Brasil** (10/10/2007). Disponível em: <<http://jmusicamerica.com/br>> Acesso em: 30 abr. 2009.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS, São Paulo. LEU - Laboratório de Estudos Urbanos, Instituto de Estudos da Linguagem. **Coreanos no Brasil**. Disponível em: <<http://www.labeurb.unicamp.br/elb>>. Acesso em: 16 out. 2008.

VANIQUE, Glória (repórter). **Músico japonês reúne jovens no Centro de São Paulo**. In: Rede Globo de Comunicação: SPTV 2º Edição, 23 maio 2008.

YOSHIKI, Leandro. **A Relação rock japonês, a moda e os fãs**. Disponível em: <<http://www.nanigoto.com.br>>. Acesso em: 30 out. 2007.

Wikipedia. **Kpop**. Disponível em: < <http://en.wikipedia.org/wiki/K-pop>>. Acesso em: 30 out. 2007.