

Globalização e media nikkei

Portuguese media for nikkeis in Brazil  
and Japan

**Alice Mitika KOSHIYAMA**

Professora Doutora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – USP – São Paulo / SP – Brasil.

E-Mail: [alicemit@usp.br](mailto:alicemit@usp.br)

## RESUMO

---

Este trabalho é uma introdução ao estudo sobre meios de comunicação destinados ao público nikkei (japoneses e seus descendentes) em língua portuguesa. Seus potenciais receptores residem no Brasil e, no Japão atual, são os imigrantes nipo-brasileiros em busca de trabalho e denominados “dekasseguis”. O desafio para jornais, revistas, livros e sites na internet é atender os dois pólos de interesses dos receptores: o internacional e o regional.

**PALAVRAS-CHAVE:** media - globalização - nikkei – Brasil - Japão.

## ABSTRACT

---

There are new media for nikkeis (people who has Japanese blood) since last ten years in Brazil and in Japan. They are newspapers, magazines and internet's sites, written in Portuguese. It is a situation made by global economy and the immigration of Brazilian nikkeis to work in Japan (they are “dekasseguis”). Many of young nikkeis don't speak and don't read Japanese in Japan and also in Brazil. The communication for them must be in Portuguese, and this paper shows it.

**KEYWORDS:** media – nikkei - Brazil - Japan.

## 1. Um olhar sobre a história

O estudo do processo histórico denominado de “globalização da sociedade” é um fato da atualidade e que tem merecido múltiplas abordagens no campo das ciências humanas. Temas recorrentes são o da desagregação de valores e das culturas tradicionais, o da formação de novos conceitos de espaço e de tempo, o da facilidade da adoção de uma perspectiva planetária para empresas financeiras e produtos da tecnologia de ponta. A perspectiva histórica registra que estão acontecendo mudanças em todos os campos da sociedade contemporânea.

No campo das pesquisas em comunicação, verificamos que em todas as culturas aparece a oportunidade do contato real ou virtual com novos povos e novas experiências. A abertura para outras realidades provoca mudanças, o que em algumas culturas significa um aumento das diferenças e das contradições sociais e um incentivo às reações conservadoras. Ao mesmo tempo, forma-se um campo propício para a construção de novas identidades específicas resultantes de intercâmbios entre culturas.

O Brasil é um país formado pela contribuição de imigrantes de várias origens étnicas. Há quase cem anos, japoneses e seus descendentes participam do projeto de construção da nação brasileira. No início da imigração as características étnicas formavam o principal elemento diferenciador desse grupo populacional, autodenominado de nikkeis. A contribuição deles para a cultura brasileira é incontestável. Mas, muitos descendentes de japoneses enfrentaram e alguns ainda enfrentam uma crise de identidade sobre serem inteiramente brasileiros ou parcialmente japoneses, ambigüidade esta favorecida pelos traços raciais.

Hoje, reconhecemos a existência de uma cultura brasileira nikkei criada pelos descendentes de japoneses e pelos brasileiros de outras origens étnicas em contato com as contribuições da arte, ciência e tecnologia do Japão e suas aplicações em

todo o mundo. Os meios de comunicação, o jornalismo que estudamos, comprovam as diferentes facetas desse fenômeno.

## 2. Jornais em língua japonesa no Brasil

A imigração japonesa para o Brasil, oficialmente iniciada em 1908, é um marco para a história do trabalho e da agricultura no país.

Na última década do século vinte, descendentes dos imigrantes voltam ao Japão como trabalhadores em busca de novas perspectivas financeiras, diante da crise econômica no Brasil, caracterizando o fenômeno dos *dekasseguis*.

Os meios de comunicação estiveram sempre presentes nessas rotas marcadas pela cultura *nikkei* (nikkeis são os japoneses e seus descendentes).

Desde o início da presença no país, os japoneses trouxeram o hábito de preservar a sua cultura original, a partir da ação dos imigrantes que se preocuparam em formar escolas para o ensino da língua japonesa.

Os jornais em língua japonesa atestam a passagem dos imigrantes e seus descendentes da agricultura para a vida urbana e documentam o movimento de suas tradições para a assimilação e integração na sociedade brasileira.

Essas publicações da chamada imprensa *nikkei* podem ser divididas em dois períodos bastante distintos: antes e depois da 2ª Guerra Mundial.

No primeiro momento, os jornais eram um meio de integração e um elo dos japoneses com a terra natal. Traziam notícias sobre a colônia japonesa, assuntos ligados ao consulado e às companhias de imigração, atualidades sobre o Japão e até como fazer remessas de dinheiro para aquele país.

Na segunda fase, desempenharam o importante papel no esclarecimento sobre a real situação do Japão no pós-guerra, atuaram na união dos japoneses no Brasil, que estavam divididos entre os que acreditavam na vitória das tropas imperiais e os que aceitavam a derrota na 2ª. Guerra Mundial. E passaram, em seguida, a ser um dos principais canais de difusão da cultura nipônica no País e referência para os descendentes que começavam a chegar às cidades.

Mais recentemente, com a globalização e a emigração dos nikkeis para o Japão, onde constituíram a comunidade de dekasseguis, surgiram publicações também para este público leitor.

### 3. A comunicação Brasil-Japão nas primeiras décadas

Em suas memórias, o escritor e artista plástico Tomoo Handa destaca a importância dos jornais como veículos de ligação com o Japão para os imigrantes japoneses no Brasil, principalmente até os fins dos anos quarenta do século passado:

No papel que os jornais desempenharam, não podemos nos esquecer da função que tinham os anúncios e as chamadas para angariar fundos entre os conterrâneos, o que seria impossível sem a existência dos mesmos. Um dos exemplos foi a arrecadação de fundos para socorrer as vítimas e reparar danos causados pelo terremoto de 1º de setembro de 1923, que destruiu a região de Tóquio e trouxe graves conseqüências. Os conterrâneos no Brasil que souberam desse terremoto, logo ofereceram cerca de 500 contos, atendendo aos apelos dos jornais. Os responsáveis pela arrecadação enviaram ao Japão cobertores comprados com esse dinheiro. Por outro lado, como o comércio dos japoneses na cidade de São Paulo era destinado aos próprios japoneses, se não houvesse anúncios tal comércio não seria viável.

O primeiro jornal escrito em japonês no Brasil foi o *Nambei*, ou *Nambei Shuho*, semanário surgido em 1916, que trazia noticiário sobre política e economia do mundo, atualidades do Japão, atividades dos imigrantes, tabela de preços de produtos básicos e uma coluna literária.

Nesse mesmo ano, foi criado o *Nippak Shimbun*, também semanário, que já defendia e incentivava a fixação dos japoneses na terra e a exploração de novos núcleos de imigração.

Um ano depois, em 1917, foi fundado o *Burajiru Jiho*, o que refletia o grande interesse dos japoneses pelo setor jornalístico. O *Burajuri Jiho* foi o primeiro a ter tipos de impressão, máquinas gráficas e até trabalhadores qualificados. Tornou-se o maior jornal da época, com tiragem de 4 mil exemplares.

Outras publicações surgiram a partir da década de 20: em 1921, foi criado o *Seishu-Shinpo*, e, em 1923, a revista mensal *Nambei Hyoron*, que depois passou a se chamar *Nambei-Shinpo* e, em seguida, *Nihon-Shimbun*.

Até o início da 2ª Guerra Mundial restavam três jornais, o *Nippak Shimbun*, o *Burajiru Jiho* e o *Seishu-Shinpo*. Estes jornais foram fechados em agosto de 1941 como consequência da política do Governo de Getúlio Vargas no Estado Novo, que impôs severas restrições a atividades dos japoneses e suas empresas e proibiu publicações de jornais, revistas e livros e também o ensino em língua japonesa.

Apesar da proibição, algumas publicações mimeografadas e manuscritas circularam entre os japoneses. Essa imprensa artesanal foi o que restou até criação de novas publicações, após os conflitos entre as facções da colônia japonesa: a crente no Japão vitorioso na 2ª. Guerra Mundial (*katchigumi*) e a informada e ciente de sua derrota (*matchigumi*).

#### 4. O Jornalismo nipo-brasileiro pós 2ª. Guerra Mundial

No pós-guerra surgiram 3 jornais, com uma característica em comum: ter edição bilíngüe, em japonês e português.

O primeiro veículo a ser fundado foi o *Jornal Paulista*, em 1946, mas só passou a circular em 1947, devido às ameaças do grupo extremista *Shindo Renmei*, cujos integrantes pregavam a vitória japonesa e perseguiram os que acreditavam na derrota.

Dessa forma, o primeiro jornal efetivamente a ser editado no pós-guerra foi o *São Paulo Shimbun*, que circulou a partir de 1º de outubro de 1946.

Mais tarde, em 1949, foi criado o *Diário Nippak*.

Ambos adotaram uma linha de conciliação entre os japoneses, e, para levantar o moral, voltaram-se para as atividades culturais e esportivas como forma de valorizar as tradições nipônicas.

Nos anos 90, o *Diário Nippak* e o *Jornal Paulista* fundiram-se e deram origem ao atual *Jornal do Nikkey*.

## 5. Comunicação nikkei em português

Ainda nos anos 90, foi criado o jornal *Notícias do Japão*, atual *Nippo-Brasil*, a primeira publicação dirigida aos nikkeis escrita totalmente em português. Traz informações sobre o Japão e os brasileiros que trabalham naquele país, sobre a comunidade nikkei, esportes e cultura japonesa.

A comunidade nikkei também está presente na televisão. Na década de 70, havia dois programas de grande audiência dirigidos aos descendentes, mas vistos também pelos brasileiros em geral: *Imagens do Japão* e *Japan Pop Show* (que deixou de ser exibido). Os dois programas levavam ao ar quadros de gincanas entre os nikkeis, concursos de calouros de canção japonesa, além de musicais e documentários japoneses.

O programa *Imagens do Japão* ainda hoje continua no ar e é um dos programas mais antigos da TV brasileira. Entre suas iniciativas para estabelecer um elo entre o Brasil e o Japão estão as primeiras transmissões ao vivo do Koohaku Utagassen, no início dos anos 70. A gincana musical da NHK, na época, também se tornou um evento que marcava o encerramento do ano na comunidade japonesa do Brasil.

*Made in Japan*, publicação mensal escrita em português e que foi o primeiro veículo brasileiro a ter duas redações, uma em cada país, circula ininterruptamente desde outubro de 1997 simultaneamente no Brasil e no Japão, tendo completado 6 anos de duração em setembro de 2003. A publicação destina-se preferencialmente aos leitores nikkeis — japoneses e seus descendentes — formados pela globalização da economia e seu conteúdo divulga valores e produtos da cultura japonesa contemporânea e de suas grandes empresas, algumas delas anunciantes da revista, e suas repercussões no Brasil e no Japão. A revista detecta o processo de organização da comunidade nikkei na atualidade e apresenta uma proposta de construção de uma nova identidade étnica. Aponta as mudanças nas feições dos nikkeis integrados e miscigenados à população brasileira. E registra a questão dos trabalhadores imigrantes do século XX-XXI, principalmente dos dekasseguis ou de outros

trabalhadores temporários na conjuntura histórico-social, em que a migração da população é uma prática cotidiana possível.

A leitura das publicações dirigidas ao público nipo-brasileiro mostra que a relação de japoneses e seus descendentes com a explicitação de sua condição nikkei é um fato. A análise da nova conjuntura histórica e com o exame do conteúdo de revistas como a *Made in JAPAN*, permite-nos examinar sua atual configuração. Ao mesmo tempo, pela leitura dessas publicações notamos o grau de coexistência entre fatores culturais da globalização, melhor dizendo, da internacionalização do capitalismo e os fatores locais de influência na cultura nikkei brasileira. Este é o caso das festas da colônia japonesa, em bairros como o da Liberdade, na cidade de São Paulo ou em cidades como Londrina, no Estado do Paraná.

## 6. *Made in JAPAN*: comunicação e globalização

O atual estágio de desenvolvimento do capitalismo permitiu o surgimento de veículos de comunicação que constroem novos territórios geográficos para a sua circulação. A comunicação em rede é uma possibilidade diariamente exercitada pelos meios de comunicação eletrônicos, rádios, televisões e internet. Especialistas apontam a agilidade e a versatilidade dos novos meios e lembram a possibilidade de criação de novos projetos de sociedades nesses espaços virtuais.

Com a agilidade de operação dos meios de comunicação há um aproveitamento das empresas que se organizam em complexos mediáticos, formando grupos que trabalham simultaneamente com meios impressos e eletrônicos; e que atendem públicos situados em novos territórios geográficos que transcendem a fronteiras nacionais e continentais. Um exemplo desse tipo de organização é a empresa que publica a revista *Made in Japan*. Trata-se da JBC do Brasil associada à J.B. Communication do Japão (a empresa chama-se Japan Brazil Communication), que no final de 2002 mantinha *site* na internet, publicava livros e várias revistas.

A linha editorial *Made in JAPAN* aposta no desenvolvimento de uma economia globalizada, que torna desejável a busca do êxito financeiro de indivíduos que cultuam o trabalho e procuram um contínuo aperfeiçoamento de sua formação

pessoal e profissional. A revista divulga a tecnologia e os negócios juntamente com a cultura, a tradição, as belezas naturais e os costumes do Japão.

Nos três últimos anos de circulação, *Made in JAPAN* investiu nos contatos interculturais, colocando em matérias de capa personagens que simbolizam um estreito relacionamento entre os dois países.

Essa revista é resultado da criação de publicações no jornalismo impresso, que atendem públicos formados pela nova organização da sociedade. Esses veículos podem circular simultaneamente em um novo território formado por dois países, para populações que tem em comum a língua portuguesa e vivem em uma cultura mista identificada com o Japão e o Brasil.

É o oposto da imprensa para imigrantes japoneses que vieram ao Brasil no século passado, principalmente nos anos anteriores à Segunda Guerra Mundial, e apenas falavam e escreviam a língua japonesa.

## 7. Jornalismo nikkei e internacionalização da imprensa nipo-brasileira

*Made in JAPAN* é uma experiência inovadora na história do jornalismo nipo-brasileiro. Superando seis anos de vida, a revista comprova sua aceitação pelos leitores e pelo mercado publicitário, atento a uma comunidade de consumidores ao mesmo tempo cosmopolita e voltado para elementos que preservam sua característica nikkei.

*Made in JAPAN* torna-se um projeto de comunicação bem sucedido ao se propor organizar a comunidade nikkei em língua portuguesa no Brasil e no Japão, contribuindo para dar-lhe visibilidade e identidade. Mostra o cotidiano de uma comunidade que se organiza em torno dos interesses daqueles que se identificam como nikkeis e daqueles cujos interesses se relacionam com o desenvolvimento de aspectos da cultura e civilização japonesas ou de origem nipônica. O que abrange o Japão, seu povo, os imigrantes, os descendentes dos imigrantes no Brasil, os dekasseguis no Japão e todos as pessoas ligadas a esse mundo em atividades de

relevância ideológica, política, religiosa, educacional, governamental, empresarial, assistencial, financeira, esportiva.

Nessas condições, *Made in JAPAN* reorganiza a identidade nikkei na conjuntura histórico-social em que a migração da população é uma prática quotidiana possível para a comunidade nipo-brasileira e envolve a miscigenação entre pessoas de raças e nacionalidades diversas, criando tipos físicos nikkeis com traços originais.

Em síntese: a revista *Made in JAPAN* valoriza o projeto social e econômico da expansão capitalista japonesa e tudo que dela se origina. Cumpre a função de informar e fazer propaganda de marcas, personagens, produtos, instituições, comportamentos e valores que se harmonizam com a sua linha editorial. Mas ao mesmo tempo, cede um espaço para a exposição de eventuais casos de fracassos de empreendimentos pessoais que não deram certo principalmente entre os dekasseguis, o que é totalmente compatível com um sistema capitalista, pois nele só alguns vencem.

Enfim, trata-se de um jornalismo dos intelectuais orgânicos do processo de globalização da economia e que promove com eficiência os valores ideológicos do capitalismo internacional na vida quotidiana.

Essa publicação conseguiu construir uma imprensa que realiza a comunicação dos nikkeis no Brasil e no Japão, condicionados pela nova ordem internacional do trabalho no capitalismo. Isso consiste em manter uma imagem do Japão que possa trazer esperanças para os os nikkeis que buscam naquele país condições de trabalho não encontráveis no Brasil. Além disso, aponta para as possibilidades de aperfeiçoar a formação educacional daqueles que buscam contato com a cultura, a ciência e a tecnologia japonesas.

## REFERÊNCIAS

### LIVROS

BRAUDEL, F. *Escritos sobre a história*. Trad. J. Guinsburg e T. C. S. da Mota, São Paulo: Perspectiva, 1978.

GRAMSCI, A. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Trad. C. N. Coutinho, Rio: Civilização.

GRAMSCI, A. *Maquiavel, a política e o estado moderno*. Trad. Luiz Mário Gazzaneo, 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização, 1976.

HANDA, T. *O imigrante japonês, história de sua vida no Brasil*. São Paulo: T.A Queiroz. Centro de Estudos Nipo-Brasileiros, 1987.

HELLER, A. *O cotidiano e a história*. Trad. C. N. Coutinho e L. Konder, 3. ed., Rio, Paz e Terra, 1989.

KAWAMURA, L. *Para onde vão os brasileiros?* Campinas: Editora da Unicamp, 1999, p.179.

KOSHIYAMA, A M.. *Globalização e comunicação Nikkei: Made In JAPAN*, texto apresentado na 9a Reunião Anual da SBPN (Sociedade Brasileira dos Pesquisadores Nikkeis). Bauru, 2001.

SODRÉ, N. W.. *História da imprensa no Brasil*, 2a. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

#### PERIÓDICOS

*Made in JAPAN*, volumes 1-63, outubro de 1997 a dezembro de 2002 Revista mensal, J.B.Communication, São Paulo.

#### RELATÓRIOS

*Imprensa Japonesa*, in: OS NIKKEIS E A SOCIEDADE BRASILEIRA NOS PRÓXIMOS 20 ANOS, relatório elaborado pela equipe de pesquisadores formada pela SBPN (Sociedade Brasileira de Pesquisadores Nikkeis) e pela JICA (Japan International Cooperation Agency), elaborado em março 2003. pp72-75.

#### SITE

<http://www.japanbrazil.com>