Universidade de São Paulo (USP)
Escola de Comunicações e Artes (ECA)

ANDRÉIA FERREIRA DA SILVA

**JORNALISMO BRASILEIRO DO OUTRO LADO
DO MUNDO**

*Dissertação apresentada como exigência
parcial para obtenção do título de
Mestre em Ciências da Comunicação
pelo Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação da Escola de
Comunicações e Artes da Universidade
de São Paulo (ECA/ USP).*

Área de Concentração: Estudo dos Meios e
da Produção Mediática

Orientador: Prof. Dr. José Luiz Proença

São Paulo

2008

Universidade de São Paulo (USP)
Escola de Comunicações e Artes (ECA)

ANDRÉIA FERREIRA DA SILVA

**JORNALISMO BRASILEIRO DO OUTRO LADO
DO MUNDO**

*Dissertação apresentada como exigência
parcial para obtenção do título de
Mestre em Ciências da Comunicação
pelo Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação da Escola de
Comunicações e Artes da Universidade
de São Paulo (ECA/ USP).*

Área de Concentração: Estudo dos Meios e
da Produção Mediática

Orientador: Prof. Dr. José Luiz Proença

São Paulo

2008

Para Isabela

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar o jornalismo brasileiro no Japão do ponto de vista dos fatores que influenciam a produção de notícias. Foram analisadas as transformações pelas quais a imprensa brasileira no Japão, personificada nos jornalistas, sofre a partir da assimilação da cultura e modo de vida da sociedade japonesa, além da influência do sistema japonês de produção de notícias. Para isso, foram realizadas análises de conteúdo dos dois maiores jornais impressos em português no Japão, o *International Press* e o *Jornal Tudo Bem*, entrevistas com jornalistas brasileiros que atuaram ou atuam nesses periódicos, jornalistas japoneses e os trabalhadores brasileiros no Japão, o público-leitor dos periódicos acima mencionados.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social, Jornalismo, Dekassegui, Japão, Nikkei, Imprensa.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the Brazilian journalism in Japan in terms of the factors that influence the production of news. We analysed the changes for which the Brazilian press in Japan, embodied in journalists, suffers from the assimilation of the culture and way of life in Japanese society, as well as the influence of the mode of production of Japanese news. For this, tests were carried out on content from two major newspapers printed in Portuguese in Japan, the *International Press* and *Jornal Tudo Bem*, interviews with Brazilian journalists who worked or work in these journals, Japanese journalists and Brazilian workers in Japan, the public - reader of the journals analyzed them.

KEY WORDS: Media, Journalism, Dekassegui, Japan, Nikkey, Press.

SUMÁRIO

RESUMO.....	5
ABSTRACT.....	6
AGRADECIMENTOS.....	9
INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO 1 – Surgimento dos jornais brasileiros no Japão.....	17
1.1 Os primeiros dekasseguis	17
1.2 Os primeiros jornais.....	20
1.3 Jornais crescem com a evolução da comunidade.....	25
1.4 Jornalistas em um território novo.....	29
1.5 Múltiplas funções fazem parte do trabalho.....	34
CAPÍTULO 2 – Interações jornalísticas – A imprensa no Japão.....	37
2.1 Entrevistas e questionário com jornalistas brasileiros (cultura).....	37
2.2 Imprensa japonesa.....	38
2.3 Kisha clubs – os clubes de imprensa japoneses.....	44
2.4 Agência da Casa Imperial.....	48
2.5 Etiqueta no trabalho.....	51
CAPÍTULO 3 – Por dentro dos jornais.....	57
3.1 O trabalho jornalístico.....	57
3.2 Newsmaking, a produção de notícias.....	59
3.3 Entrevistas e questionário com jornalistas brasileiros (adaptação).....	61
3.4 Análise das capas.....	65
3.5 Análise do conteúdo dos jornais <i>International Press</i> e <i>Tudo Bem</i>	69
3.6 Pesquisa com leitores.....	92

CAPÍTULO 4 - Conclusão.....	99
5. BIBLIOGRAFIA.....	104
6. ANEXOS.....	109
6.1 Capas dos jornais	109
6.2 Questionário jornalistas brasileiros.....	115
6.3 Questionário jornalistas japoneses.....	123

AGRADECIMENTOS

O desejo de realizar este trabalho surgiu em 1999, quando fui trabalhar no Japão como repórter do *Jornal Tudo Bem* e da *Revista Made in Japan*. Em Tóquio, tive a oportunidade de conhecer a profa. Dra. Lili Kawamura e seus estudos sobre os trabalhadores brasileiros no Japão. É para ela o primeiro agradecimento por me fazer ver a importância e os anseios dos dekassegus.

De volta ao Brasil, no curso de Especialização em Comunicação Jornalística da Faculdade Cásper Líbero, tive o privilégio de ser aluna da profa. Dra. Nancy Nuyen Ali Ramadan, cuja trajetória me inspirou a buscar o ensino acadêmico. Agradeço à profa. Nancy pelo grande incentivo para que eu iniciasse os estudos, ao ler e dar preciosas sugestões ao que viria a ser o projeto deste trabalho. Ao ser aprovada como aluna de mestrado da Escola de Comunicações e Artes da USP, contei com a orientação, os conselhos, a ajuda e o apoio do prof. Dr. José Luiz Proença, um conhecedor e apreciador do Japão. Agradeço a ele as indicações precisas de livros e autores, que me ajudaram a contextualizar esse trabalho.

Agradeço também aos profs. Drs. Dirceu Fernandes Lopes, José Coelho Sobrinho, Manuel Carlos Chaparro, Alice Mitika Koshiyama e Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Suas aulas me apresentaram conceitos e autores que farão parte da minha vida acadêmica para sempre e seus exemplos como profissionais do Ensino Superior são inspiração para a professora na qual pretendo me tornar.

Também não posso esquecer da ajuda de Paulo Bomtempi, sempre prestativo e gentil; das conversas esclarecedoras com três jornalistas com grande experiência em redações do Japão, Cláudia Emi, Nelson Watanabe e Mami Yasunaga; e da jornalista japonesa Norie Watanabe, que me ajudou a entrevistar os jornalistas japoneses atuando como tradutora. Por fim agradeço a todos os jornalistas que responderam ao questionário e especialmente a Júlio Moreno e Jhony Arai por cederem seu precioso tempo para longas entrevistas.

Um agradecimento especial à minha família, minha mãe Maria Antonia, meu marido Marcelo, minha filha Isabela, meu tio Benedito e meus sobrinhos Rafael e Thiago, pela paciência, atenção, suporte e amor dispensados a mim durante essa trajetória. Por fim agradeço a Deus, pois sem ele nada teria sido feito.

INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende estabelecer uma análise do processo jornalístico de periódicos editados em português que circulam no Japão, destinados à comunidade brasileira, visando revelar as transformações, as peculiaridades e mudanças no fazer jornalístico pela imprensa que atua no arquipélago.

Quanto ao modelo metodológico, foi adotado o estudo comparativo de jornais, a observação da rotina de trabalho, entrevistas e questionários dirigidos aos profissionais da imprensa brasileira no Japão. No estudo, foram tomados os dois maiores jornais brasileiros no arquipélago, o *International Press*, semanal com tiragem de 50 mil exemplares, e o *Tudo Bem*, semanal com tiragem de 40 exemplares, de acordo com informações das próprias publicações em outubro de 2008.

A proposta foi analisar as rotinas de produção das redações desses jornais e detectar as adaptações utilizadas para a realização do trabalho em função das diferenças culturais e do modo de atuação da imprensa japonesa. Para isso, foram entrevistados jornalistas brasileiros que trabalham ou já trabalharam no Japão e jornalistas japoneses com conhecimento do funcionamento da imprensa brasileira.

Termos em japonês

Por se tratar de um trabalho que aborda a cultura e a língua japonesas, termos comuns à comunidade nipo-brasileira, mas talvez desconhecidos da maioria dos brasileiros, estarão presentes na dissertação. Eles estão sempre acompanhados de notas explicativas nos rodapés das páginas.

Adotamos a grafia “dekassegui” para designar trabalhador brasileiro no Japão, conforme já consagrado pelo uso na imprensa brasileira no Japão e até no Brasil, além de presente em diversos livros, embora já se tenha uma grafia aportuguesada, que consta no *Dicionário Aurélio*: “decasségui”.

Cabe ressaltar que se procurou não fazer juízo de valor em relação ao termo dekassegui, ainda que seu uso seja polêmico e até mesmo evitado por alguns

membros da comunidade nipo-brasileira por ser considerado pejorativo por alguns.

Referências

Para entender quem é e como vive o trabalhador brasileiro no Japão, o dekassegui, foi necessário, antes de entrarmos na temática do jornalismo - cerne do trabalho -, buscar na Sociologia conceitos sobre esse tipo de migração. Uma das principais referências nessa área sobre o tema é o livro *Para onde vão os brasileiros*¹, da profa. dra. Lili Kawamura, socióloga que estuda o movimento dekassegui, da qual utilizamos importantes conceituações, bem como a seguinte definição de dekassegui:

Originariamente, a palavra dekassegui, já inserida no vocabulário da língua portuguesa (decasségui), denominava trabalhadores temporários sazonais que se dirigiam para as grandes cidades, vindos das regiões "atrasadas" do sul e do norte do Japão. (KAWAMURA, 2003, p.18)

Após um breve panorama sobre o dekassegui e sua comunidade no Japão, o trabalho concentra-se no estudo do dia-a-dia do profissional de imprensa no país e sua produção jornalística. Para compreendermos as transformações que este trabalho visa mostrar, tomamos como apoio conceitos do campo da comunicação. Sendo assim, o livro *Teorias das Comunicações de Massa*², do pesquisador italiano Mauro Wolf, auxilia com uma visão contemporânea das rotinas de produção nas redações e das relações entre jornalistas e fontes.

Apoiando-se na fundamentação teórica de Wolf, o projeto proposto encaixa-se na linha de pesquisa Estudo dos Meios e da Produção Mediática, com ênfase no Jornalismo Comparado. A análise dos periódicos estudados em questão visa identificar procedimentos padrões dos jornais brasileiros que circulam no Japão; revelar as peculiaridades dessa imprensa que atua no arquipélago; definir as características desses processos jornalísticos; e identificar semelhanças e diferenças da imprensa no Brasil.

Segundo Wolf (2003), as pesquisas sobre produção de notícias tem em

¹ KAWAMURA, Lili. *Para onde vão os brasileiros?*, Campinas. Editora Unicamp, 2003, 2ª ed.

comum a técnica da observação participante. Desse modo, é possível reunir e obter sistematicamente as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas de produção que atuam na indústria da mídia.

Os dados são recolhidos pelo pesquisador, presente no ambiente que serve de objeto de estudo, seja com a observação sistemática do que ocorre nesse espaço, seja por meio de conversações mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas, conduzidas com os que desenvolvem os processos de produção. (WOLF, 2003, p.191)

Para a obtenção das informações referentes à atividade dos jornalistas brasileiros no Japão, foram utilizadas a observação sistemática, as conversas formais e ocasionais, as entrevistas abertas e os questionários, com perguntas abertas e fechadas.

As perguntas do questionário foram enviadas a 20 profissionais, sendo que 18 jornalistas responderam ao questionário contendo 33 perguntas (o questionário encontra-se nos anexos). Foram realizadas seis entrevistas pessoais ou por telefone. Participaram da pesquisa jornalistas de diversas fases da imprensa brasileira no Japão - integrantes das primeiras redações de ambos os periódicos, entre 1992 e 1995; profissionais que trabalharam em fins dos anos 1990 e início dos 2000 e profissionais em atuação hoje no arquipélago.

A amostra é composta de jornalistas nascidos no Japão (isseis) ou com dupla nacionalidade, nisseis (segunda geração), sansei (terceira geração), mestiços e não-descendentes. Homens e mulheres com idades entre 22 e 50 anos.

Os depoimentos relatam o surgimento da imprensa de kassegui, sua evolução ao longo de duas décadas de migração de nipo-descendentes à Terra do Sol Nascente, as dificuldades encontradas pelos jornalistas no cumprimento de suas pautas, o processo de captação, seleção e edição de notícias, as mudanças no interesse do leitor à medida que aumenta sua vivência no arquipélago, a adaptação dos jornalistas formados no Brasil à realidade da imprensa no Japão, a opção de

² WOLF, Mauro. *Teorias das Comunicações de Massa*, São Paulo. Martins Fontes, 2005, 2ª ed.

algumas publicações em contratar não-jornalistas para a função de repórter, a experiência e as histórias de profissionais que cobrem a comunidade dekasegui há cerca de 15 anos e outros temas.

Para a busca de informações sobre o processo noticioso japonês foram realizadas entrevistas com jornalistas japoneses, algumas delas com a presença de uma tradutora. Os jornalistas responderam a um questionário composto de 33 perguntas (o questionário encontra-se nos anexos).

Pesquisa com leitores e fontes

A análise da pesquisa quantitativa com leitores de jornais brasileiros no Japão foi efetuada a partir de uma coleta dos dados e uma resenha. A pesquisa em questão foi realizada com o objetivo de levantar junto aos leitores opiniões relacionadas aos jornais brasileiros que circulam no país. O período da pesquisa é de 15 de abril de 2005 a 9 de março de 2006 e o universo compõe-se pessoas de 18 anos ou mais que lêem os periódicos brasileiros que circulam no arquipélago.

A amostra representativa do universo acima compreende 600 entrevistas, elaboradas em cotas proporcionais em função das variáveis: sexo, idade, localização geográfica e quantidade de brasileiros por província.

Além das entrevistas com profissionais de imprensa e público leitor, obteve-se informações de especialistas na temática dekasegui de diversas áreas por meio de entrevistas, palestras e simpósios relacionados aos trabalhadores brasileiros no Japão. Em comum, os especialistas têm uma profunda ligação com a comunidade brasileira no Japão, como objeto de estudo em suas respectivas áreas. Alguns produziram obras que estão listadas na bibliografia.

Entre os especialistas estão Elisa Sasaki (socióloga), Décio Nakagawa (psicólogo), Kazuhiro Ebine (diretor do Departamento de Investigações Internacionais da Agência Nacional de Polícia do Japão), Megumi Yuki (professora universitária, coordena um projeto sobre multiculturalismo na Universidade de Gunma), Ricardo Sasaki (ex-cônsul do Japão em Nagoya e à época diretor do Ciate – Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior), Masato Ninomiya

(presidente do Ciate, professor de Direito da USP), Kyoko Yanagida Nakagawa (psicóloga, diretora do Ciate), entre outros.

Recorte espaço/tempo

Foram tomados dois períodos para estudo dos jornais *International Press* e *Tudo Bem*. Primeiro, para efeito de contextualização da história dos jornais, bem como do movimento de kassegui, foram tomadas como base algumas edições publicadas dos anos 90. O objetivo foi mostrar como eram os jornais à época do primeiro fluxo migratório de brasileiros ao Japão e quais eram suas principais demandas noticiosas.

Além disso, foi possível constatar as mudanças editoriais e gráficas pelas quais os veículos passaram desde as suas respectivas fundações, em 1991 (*International Press*) e 1992 (*Tudo Bem*). Após essa contextualização histórica, estabeleceu-se um tempo lógico, o período no qual se fez o recorte espaço/tempo para o estudo do objeto científico.

O período escolhido foi de janeiro de 2006 a outubro de 2008, pois, tendo em vista que os processos jornalísticos são cada vez mais dinâmicos em todo o mundo, entendemos que no intervalo escolhido é possível ter uma visão mais abrangente dos periódicos estudados.

Esse período de tempo permite comparar reportagens cotidianas de temática de kassegui, como prevenção a acidentes naturais, mudanças na obtenção do visto de trabalho dos brasileiros no Japão, crise econômica da indústria japonesa entre outros. Possibilita, também, a avaliação de coberturas de maior representatividade também no Brasil, como o desastre da TAM em 2007, os carnavais de 2006, 2007 e 2008, as Olimpíadas de Pequim e outros eventos de repercussão mundial.

Hipóteses

Com este trabalho, pretende-se buscar respostas para as seguintes questões:

"O processo de produção de notícias sofre alterações provocadas pela

mudança dos jornalistas brasileiros de país?";

"A sociedade e cultura japonesas influenciam no fazer jornalístico dos periódicos brasileiros publicados no Japão?"; e

"Estando em outro país, o que muda no interesse do leitor e como isso se reflete no trabalho do jornalista?"

Procuramos demonstrar que a comunidade brasileira residente no Japão, embora utilize a língua portuguesa e preserve a cultura e tradições nacionais, não está imune a um processo de aculturação do país que escolheu para morar. A vivência dos brasileiros do outro lado do mundo traduz-se em uma realidade nova, inusitada e por vezes assustadora para essa população, que agora tem anseios e necessidades distintos dos que apresentava em seu país de origem.

Conseqüentemente, os brasileiros que vivem no Japão têm demandas e interesses noticiosos diversos do leitor de jornal que mora no Brasil independentemente de sua ascendência. A questão, também, é verificar se essa diferença de demandas e interesses justifica as transformações no fazer jornalístico.

Capítulo 1

O primeiro capítulo traz a história dos jornais pioneiros no Japão, em uma época em que o movimento migratório de nikkeis brasileiros para o país ganhava seus contornos. Para que se entenda o ambiente no qual esses periódicos surgiram foi necessária a contextualização (LOPES, 2005) do processo migratório de brasileiros ao Japão.

Como partimos do pressuposto de que a Comunicação se constitui historicamente como campo autônomo de estudos (aliás, o que ocorreu na história de cada ciência), ela não pode ser investigada fora dos marcos do contexto econômico, social, político e cultural que a envolve. (LOPES, 2005, p.14).³

O primeiro capítulo trata também da formação das primeiras redações

³ LOPES, Maria Immacolata Vasallo. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo. Loyola, 2005, 8ª ed.

brasileiras no arquipélago, dos desafios de comunicação, moradia e transporte, assim como as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas dessa época.

Capítulo 2

O segundo capítulo fala das influências da imprensa japonesa sobre a imprensa brasileira no Japão, o tratamento reservado à imprensa estrangeira, como funciona a veiculação e distribuição das notícias no Japão. A relação entre jornalistas e fontes, a criação dos clubes de imprensa japoneses e sua interação com os estrangeiros, as regras e burocracia para a obtenção de material impresso ou fotográfico para as reportagens, os contatos com órgãos japoneses e a formação dos jornalistas japoneses. Entrevistas com jornalistas brasileiros e japoneses ajudam a compreender as diferenças culturais entre os dois países.

Capítulo 3

O terceiro capítulo aborda as transformações no processo jornalístico e no modo de trabalho dos jornalistas, a partir da aculturação dos profissionais e da demanda de interesses da comunidade brasileira no Japão. Para isso, utilizou-se a análise de conteúdo dos jornais *Tudo Bem* e *International Press*, ressaltando-se a cobertura de fatos marcantes da vida dos brasileiros no Japão, as reportagens de temática de kassegui e o jornalismo de serviço.

Entrevistas e questionários respondidos por jornalistas brasileiros ajudam a compreender as transformações no processo de produção jornalística. Por fim, os resultados de um levantamento realizado com 600 leitores de jornais no Japão mostra quem é o que pensa o público leitor. A partir daí pode-se, também, avaliar se os jornais estão atingindo seu objetivo.

CAPÍTULO 1

SURGIMENTO DOS JORNAIS BRASILEIROS NO JAPÃO

1.1 Os primeiros dekasseguis

Em meados da década de 1980, enquanto o Brasil sofria com inflação alta, desemprego e índices econômicos desfavoráveis, o Japão via suas indústrias prosperarem e sua economia crescer cada vez mais. E a expansão foi tanta que a mão-de-obra do país não dava mais conta de preencher os postos de trabalho, especialmente as vagas não-especializadas. Alguns dos motivos dessa pouca oferta de mão-de-obra eram os baixos índices de natalidade do país e o alto grau de estudo dos japoneses, que obtinham empregos melhores e se recusavam a exercer trabalhos não-qualificados, braçais e que exigissem esforço físico.

Alguns japoneses e filhos de japoneses com dupla cidadania, que viviam em dificuldades no Brasil, ao saberem da grande oferta de empregos no Japão – e dos altos salários pagos por esses trabalhos temporários –, decidiram viajar ao arquipélago para preencher essas vagas, como explica Sasaki⁴:

As primeiras notícias sobre a ida de brasileiros descendentes de japoneses para trabalhar temporariamente no Japão surgiram em meados da década de 80. Em geral, eles não tiveram grandes problemas burocráticos para entrar no território japonês, pois tinham ancestralidade nipônica. Eram das primeiras gerações, chamadas de issei (primeira geração ou os próprios japoneses nascidos no Japão) e/ou nissei (segunda geração ou os filhos dos emigrantes japoneses nascidos fora do Japão), e muitos tinham nacionalidade japonesa ou dupla nacionalidade (podendo ingressar no Japão como japoneses). A maioria era de homens de idade avançada, chefes de família, casados, sabiam falar japonês e tinham pretensões de estadia temporária no Japão. (SASAKI, 2006)

Assim começou o chamado Movimento Dekassegui, como é denominada ida dos trabalhadores brasileiros para o Japão. A palavra dekassegui é formada pelos

⁴ SASAKI, Elisa. *Dossiê Migração: A Imigração para o Japão*. São Paulo, 2006. Estudos Avançados, vol. 20, no 57. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142006000200009> Acesso em agosto de 2008.

kanjis deru, cujo significado é sair, e kassegu, que significa trabalhar, ganhar dinheiro. Em uma tradução aproximada, seria algo como sair de casa para trabalhar e ganhar dinheiro.

A palavra era empregada para designar japoneses que saíam de suas províncias natais (geralmente no norte do país) e iam para as cidades grandes em busca de trabalho temporário. Hoje é utilizada também para designar trabalhadores estrangeiros no Japão, em especial empregados de fábrica, caso da maioria dos brasileiros residentes no país. (SASAKI, 2006)

Em 1990, uma reforma da Lei de Controle da Imigração japonesa possibilitou que os descendentes de japoneses da América do Sul pudessem imigrar para o Japão para trabalhar e ampliou as possibilidades dos descendentes de japoneses do Brasil. A medida permitiu que não somente japoneses e brasileiros com passaporte japonês fossem para lá a trabalho, mas que filhos de japoneses (nisseis) e netos de japoneses (sanseis) também recebessem o visto.

Com o novo visto, chamado "de residente de longa duração", nisseis, sanseis e não-descendentes cônjuges de nipo-brasileiros tiveram acesso a esse mercado de trabalho. Por isso, a partir daí ocorreu um grande aumento da população brasileira no Japão, principalmente sanseis e não-descendentes.

Promulgada em junho de 1990, a Reforma implementou uma política imigratória mais restritiva, que punia empresas que utilizavam mão-de-obra ilegal e favorecia a substituição desta pelos trabalhadores descendentes de japoneses vindos da América do Sul, especialmente brasileiros e peruanos.

A intenção do governo japonês era evitar grandes diferenças culturais, em um país bastante homogêneo. Para isso baseou-se no critério de escolher nikkeis para imigrarem. A palavra nikkei significa descendente de japonês. Para o governo do país parecia claro que esse descendente nascido no exterior estaria familiarizado com a cultura e o idioma de seus antepassados.

Além disso, a maioria dos imigrantes, no início da década de 90, para o Japão era constituída de descendentes de primeira geração, denominados *nissei*, cujos pais japoneses procuraram, de uma forma ou de outra, legar aspectos da própria cultura nativa. Gradativamente vem aumentando a participação de netos e bisnetos (*sansei* e *yonsei*), onde visível a presença de mestiços. (KAWAMURA, 2003, p. 84, grifos da autora)

De fato, as primeiras levadas de dekassegui brasileiros tinham esse perfil: ou eram japoneses natos ou filhos, que falavam a língua japonesa em casa e conheciam muitos costumes. Mas, após a abertura de 1990, o contingente que passou a imigrar para o Japão possuía uma bagagem cultural japonesa bem menor que a imaginada.

Os descendentes de japoneses vindos do Brasil totalizam hoje uma comunidade de 316.967 pessoas no arquipélago, segundo dados de 2007 do Ministério da Justiça do Japão (trata-se da segunda maior colônia fora do País, ficando atrás apenas da comunidade brasileira instalada nos Estados Unidos).

A maioria dos serviços desempenhados pelos brasileiros no Japão não exige qualificação, preparo ou fluência em japonês. São basicamente em três segmentos: linhas de montagem de empresas automobilísticas e empresas de autopeças, fábricas de eletroeletrônicos e empresas de alimentos. Esses segmentos formam a maior parte do mercado de trabalho dekassegui e as atividades exercidas são conhecidas pelos Ks, como explica Kawamura:

O espaço de trabalho ocupado por brasileiros abrange atividades e tarefas não-qualificadas na indústria, comércio e serviços, caracterizadas pelos japoneses como *kitsui* (pesadas), *kitanai* (sujas) e *kiken* (perigosas), e normalmente rejeitadas pelos trabalhadores japoneses. Os brasileiros acrescentaram duas outras características, a partir de sua ótica cultural: *kibishii* (exigente) e *kirai* (detestável), qualificando as tarefas com cinco ks, não apenas três, como usualmente faziam os japoneses. (KAWAMURA, 2003, p. 112, grifos da autora)

Os trabalhos caracterizados pelos Ks ainda são as maiores fontes de emprego dos brasileiros, porém, com o crescimento da comunidade brasileira,

houve uma diversificação e expansão especialmente no comércio e serviços da própria comunidade, tais como lojas de produtos brasileiros, restaurantes, escolas de ensino fundamental e médio, salões de beleza, shopping centers e outros.

No início do movimento dekassegui, a estrutura da comunidade brasileira era precária. Os brasileiros tinham quase nenhum acesso a itens nacionais de alimentação e vestuário. Há relatos correntes na comunidade de que muitos dekasseguis, ao fazerem as malas para viajar ao Japão, colocavam nelas latas de feijoadada, pacotes de feijão e pó para café, a fim de não sentirem tanta falta da comida brasileira.

Nos jornais, tvs e rádios nipônicos, a informação sobre o Brasil era rara. Quando alguma notícia brasileira tinha repercussão no Japão, o idioma japonês era uma barreira, uma vez que o nikkei nem sempre sabia ler e escrever japonês e, mesmo que soubesse, a leitura de jornais exigia um elevado conhecimento de kanjis (ideogramas).

A escassez de informação incomodava os dekasseguis brasileiros, em grande parte homens entre 30 e 40 anos, muitos com formação superior e bom nível cultural. Eram engenheiros, arquitetos, dentistas, economistas e outros profissionais que encontraram no embarque para o Japão uma saída para escapar da crise pela qual o Brasil passava à época.

Os brasileiros tinham entre suas necessidades de informação:

1. ter conhecimentos básicos sobre o país onde estavam.
2. ter notícias do Brasil, já que a expectativa era ficar de dois a quatro anos e retornar à terra natal.
3. ter informações sobre a comunidade de brasileiros que estava se formando.

1.2 Os primeiros jornais

Quando a primeira geração de nikkeis brasileiros enfrentava os desafios de trabalho no arquipélago, não existiam publicações em português no país. A única

forma de manter-se informado sobre o Brasil era por meio de cartas dos parentes, telefonemas ou boletins improvisados passados de mão em mão, segundo Arai-Hirasaki⁵ e Ishi⁶:

Os primeiros dekassegus recebiam dos parentes no Brasil cópias de recortes de jornais e revistas brasileiras enviadas pelo correio. Em uma época em que a internet não existia, era dessa maneira precária que a maioria se informava sobre os fatos que ocorriam na terra natal. (ARAI-HIRASAKI, 2008, p. 220)

Uma forma de manter-se atualizado acerca das notícias do Brasil era por meio da leitura de boletins improvisados, feitos de maneira amadora por alguns trabalhadores de fábrica. Manualmente, cortava-se as reportagens de revistas em páginas e colava-se. Depois copiava-se o material, que era distribuído gratuitamente. (ISHI, 2003, p. 475-476)

Na cidade Hamamatsu, província de Shizuoka, foi criado o boletim informativo *Brasil Shimbun* (Jornal Brasileiro), editado por um dekassegui brasileiro que recolhia material de jornais e revistas enviados do Brasil. O conteúdo era reunido em uma página de papel A4 e eram feitas cerca de 50 cópias. (WATANABE 2004)⁷

Esse quadro começou a mudar com a criação do primeiro jornal impresso para brasileiros no Japão, o *International Press*, fundado na cidade de Atsugi, província de Kanagawa. O negócio teve início em 15 de setembro de 1991. Em abril de 1992, foi criado o jornal *Folha Mundial*, com escritório central em Hamamatsu, província de Shizuoka. O jornal *Tudo Bem* foi fundado a seguir, em Tóquio, e sua primeira edição saiu em 13 de março de 1993. Em 8 de outubro de 1995, foi criado o jornal *Nova Visão*, em Hamamatsu.

⁵ ARAI, Jhony; HIRASAKI, Cesar. *Arigatô: A Emocionante História dos Imigrantes Japoneses no Brasil*. São Paulo, Editora JBC, 2008, 1ª ed.

⁶ ISHI, Ângelo. *Making History, reinterpretando Experiências: A Mídia Étnica entre Brasileiros no Japão*, p. 475-476 apud WATANABE, Juliana. *A Study of Contemporary Brazilian Ethnic Media In Japan – The Case of Newspapers*, University of Tsukuba, Japan, 2004.

⁷ WATANABE, Juliana. *A Study of Contemporary Brazilian Ethnic Media In Japan – The Case of Newspapers*, University of Tsukuba, Japan, 2004.

1.2.1 International Press

O fundador do *International Press* (IP), o japonês Yoshio Muranaga, imigrou do Japão para o Estado do Pará aos 16 anos e retornou ao Japão, em 1990, já como empresário. Ao chegar ao país, tomou conhecimento da falta de informações dos brasileiros sobre o Brasil e viu um novo mercado: criar um veículo de comunicação para atender à demanda brasileira por notícias. A primeira redação do *International Press* foi instalada na cidade de Atsugi, em Kanagawa, em agosto de 1991. A redação inicial era composta de seis pessoas. (WATANABE 2004)⁸

Em outubro de 2008 eram 13 funcionários na redação e sucursais, de acordo com o expediente da própria publicação, excluindo-se os colaboradores.

Em seus primeiros números, o jornal era produzido a partir da edição do material de agências de notícias, como Agestado, Sport Press, Reuters, Andina (devido ao grande número de peruanos de kassegus no Japão). O IP também trazia uma coluna do jornalista econômico Joelmir Beting sobre economia, as tirinhas de Maurício de Souza e reportagens da revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios*.

O objetivo era deixar o brasileiro a par da economia brasileira dos anos 90, e fornecer ao leitor noções sobre como abrir um negócio próprio - motivo pelo qual uma grande parcela de brasileiros imigrava ao Japão.

O conteúdo era basicamente de notícias brasileiras. No Brasil, Muranaga criou o jornal *Notícias do Japão*, com informações sobre os de kassegus brasileiros para as famílias que ficaram no Brasil. Posteriormente, foi criado o jornal *Nippo Brasil*, com notícias sobre a comunidade brasileira no Japão, a comunidade nipo-brasileira e o Japão.

⁸ Ibid.

1.2.2 Jornal Tudo Bem

O fundador do *Jornal Tudo Bem*, Masakazu Shoji, é japonês, natural de Kobe, e imigrou para o Brasil no pós-guerra, quando a maioria da população japonesa vivia enormes dificuldades financeiras. Aos 17 anos, quando estudava na Kobe High School, ouviu uma palestra sobre o Brasil. Um amigo do diretor havia se mudado para o Brasil, abrira uma empresa e estava precisando de funcionários. Dos 600 alunos, Shoji foi o único que se interessou pela proposta. Deixou a família no Japão e embarcou em um navio de carga rumo ao Brasil. A viagem durou 75 dias. (ARAI, 2003)⁹

No Brasil, foi carregador de caixas, corretor de seguros, dono de uma agência de turismo e dono de restaurante japonês antes de criar um jornal para os trabalhadores brasileiros no arquipélago. Em 1990, quando o governo japonês abriu as portas para a imigração de descendentes de japoneses, voltou ao seu país e fundou um jornal em língua portuguesa para os dekassegus brasileiros em 1993, o *Jornal Tudo Bem* (JTB).

Em 31 de janeiro de 1993 era publicado o número zero do periódico. Sob o nome *Weekly Tudo Bem*, o semanal continha 24 páginas e custava 300 ienes. Sua reportagem de capa era um especial sobre o anúncio do casamento do príncipe-herdeiro do trono japonês Akihito com a jovem Masako.

As matérias tinham por base as informações de agências de notícias e jornais japoneses, com predominância de notícias sobre o Japão. As reportagens sobre a comunidade não existiam nos primórdios do jornal, que passou a se chamar *Tudo Bem Semanal* a partir da edição 1.

Para implantar o JTB, foram contratados jornalistas profissionais do Brasil. Havia ainda uma redação brasileira composta de dois repórteres. No Japão, eram dois jornalistas. De acordo com o expediente de outubro de 2008 da publicação, eram cinco jornalistas no Japão e sete no Brasil.

⁹ ARAI, Jhony. *Viajantes do Sol Nascente: Histórias dos Imigrantes Japoneses*. São Paulo. Editora Garçoni (Coleção Gente Que Fez São Paulo), p. 256.

Em vez de recrutar somente jornalistas de origem nipo-brasileira, o *Jornal Tudo Bem* contratou, desde o início de sua trajetória, também jornalistas não-descendentes de japoneses, que imigravam com um visto diferente do visto nikkei (visto de residente de longa duração). O visto dos jornalistas não-nikkeis é o de Especialista em Humanidades concedido a profissionais mediante comprovação do exercício do jornalismo em carteira de trabalho e uma carta da empresa japonesa contratante especificando o período no qual o profissional trabalhará no país. Esse visto pode ser renovado no Japão.

1.2.3 Consolidação do Jornal Tudo Bem

Quando o *Jornal Tudo Bem* foi fundado, outros periódicos já estavam em circulação na comunidade brasileira. Para que se consolidasse com um dos principais, ao lado do *International Press*, um episódio foi de grande importância: o terremoto de Kobe, em 17 de janeiro de 1995, que fez mais de 4,5 mil mortos. A cobertura do terremoto de Kobe realizada pelo *Jornal Tudo Bem* rendeu a ele prestígio na comunidade brasileira, um salto nas vendas, além de repercussão no Brasil.

A equipe do jornal foi a primeira a chegar na cidade de Kobe, totalmente destruída pelo terremoto de 7,2 na escala Richter. Masakazu Shoji foi pessoalmente à cidade.

“Em 1995, o Nelson Toyomura, um dos diretores do jornal, me ligou em casa: ‘O senhor está com a tevê ligada?’, perguntou. ‘Não’, respondi. ‘Acabou de ocorrer um grande terremoto em Kobe. Parece que há centenas de mortos. Ele sabia que minha mãe morava lá. Pegamos um trem em Tóquio e fomos até Kyoto. Havia apenas um trem local para Osaka. A partir daí, nenhum meio de transporte estava operando. Alugamos um carro. Aí entra a criatividade brasileira: escrevemos Imprensa bem grande na lataria e só por isso conseguimos passar pelas barreiras policiais. A viagem que duraria três horas e meia em um trem bala demorou 24 horas.” (ARAI, 2003, p 264)¹⁰

¹⁰ Ibid.

O trabalho jornalístico foi crucial para os brasileiros, pois as autoridades locais não estavam divulgando os nomes dos mortos no terremoto. O *Jornal Tudo Bem* passou, então, a publicar os nomes dos brasileiros que estavam vivos, a fim de tranquilizar os parentes.

A lista de brasileiros sobreviventes do terremoto de Kobe foi passada pelo *Jornal Tudo Bem* para os jornais do Estado de São Paulo. O *Estado de S. Paulo* publicou no mesmo dia, o que gerou uma grande repercussão na comunidade nipo-brasileira por conta dos parentes dos dekassegui no Brasil. A *Folha de S. Paulo* publicou a lista com nomes um dia depois. A partir daí o *Jornal Tudo Bem* consolidou-se como a segunda publicação para brasileiros no Japão.

1.3 Jornais crescem com a evolução da comunidade

Desde o início do movimento dekassegui, os principais pólos concentração de brasileiros têm-se localizado em três províncias japonesas: Aichi, Shizuoka e Gunma. Atualmente, juntas, elas respondem por uma população brasileira de 149.573 pessoas, de acordo com dados de 2007 do Ministério da Justiça do Japão, distribuídas como se verá a seguir.

Importante centro da indústria automobilística, a província de Aichi abriga 80.401 brasileiros. É a província com o maior número de brasileiros. A principal cidade é Toyohashi, onde vivem 12.855 brasileiros.

Na província de Shizuoka, a cidade de Hamamatsu é a que mais abriga brasileiros, especialmente para o trabalho nas montadoras, como a Honda. Na cidade vivem 19.932 brasileiros.

Em Gunma, a principal cidade de grande concentração de brasileiros é Iseaki, com 5.148 pessoas, mas a cidade mais conhecida é Oizumi, chamada de Brazilian Town, que promove até carnaval. Em ambas as cidades, a gama de serviços destinados a brasileiros - restaurantes, agência de viagens, auto-escolas,

escolas infantis - é grande e abrangente.

Na periferia da economia japonesa, tendo em vista o mercado consumidor de brasileiros em crescimento no Japão, surgiram ainda novos estabelecimentos, como casas comerciais de produtos alimentícios, confecções, produtos de perfumaria, calçados fabricados no Brasil; além disso, expandiram-se restaurantes com comida típica, locadoras de filmes em língua portuguesa, casas noturnas com música brasileira, cabeleireiros, serviços de reparação e até venda de carros usados para brasileiros - tudo isso sob controle de brasileiros ou japoneses retornados do Brasil e protegido por avalistas japoneses que são, na realidade, os investidores efetivos. (KAWAMURA, 2003, p.100-101)¹¹

À medida que a comunidade brasileira crescia, se organizava e passava a ter cada vez mais atividades sociais, esportivas, religiosas e outras, a imprensa brasileira no Japão, captando essas tendências, promovia mudanças editoriais e gráficas no sentido de atrair esse potencial público leitor.

O crescimento da comunidade provocou transformações nos periódicos impressos e a mídia de kassegui ampliou suas bases de cobertura. Com redações mais estruturadas, os jornais brasileiros no Japão passaram a realizar reportagens maiores e mais completas sobre as atividades da comunidade brasileira no Japão.

Hoje, o *Tudo Bem* e o *International Press* são os principais jornais em circulação para os brasileiros no arquipélago. As mudanças editoriais que ocorreram em suas páginas ao longo desses anos refletem as próprias transformações no estilo de vida dos brasileiros. Se até meados da década de 1990, os leitores estavam interessados unicamente nas notícias do Brasil, hoje buscam mais o que ocorre no Japão e na própria comunidade, um claro sinal de que os de kassegui estão se tornando imigrantes. (ARAI-HIRASAKI, 2008, p. 224, grifos nossos)¹²

Ao passo que essa comunidade se estabelecia permanentemente nas províncias de Gunma, Shizuoka e Aichi, sucursais foram criadas nas cidades de Oizumi, Hamamatsu e Nagoya. Esta última, a capital de Aichi, abriga sucursais não

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

só pela grande quantidade de brasileiros mas por reunir a estrutura governamental, comercial e bancária do Brasil (o Consulado do Brasil em Nagoya, diversas lojas de produtos brasileiros, restaurantes e casas noturnas e os bancos, como Banco do Brasil e Bradesco, entre outros).

Além da instalação de sucursais, outra medida estrutural que partiu das redações dos periódicos foi a contratação, em sistema de free lancer, de repórteres e fotógrafos em províncias de razoável concentração de brasileiros, como Nagano, Tochigi e Mie.

A província de Nagano é um importante centro de fabricação de eletroeletrônicos, que contrata um grande número de mulheres e estudantes nipo-brasileiros para trabalhos temporários (os chamados arubaitos). A sazonalidade de trabalho nessa província é devido às demandas do mercado de eletrônicos japonês e internacional. A opção por mulheres é por questões práticas do trabalho - manuseio de peças pequenas que requer delicadeza e atenção - e salariais, pois a hora de trabalho feminina é mais barata que a masculina.

Outra província que é foco de coberturas da imprensa é Tochigi, próxima a Gunma, com 8.585 brasileiros, por oferecer casas noturnas e infra-estrutura de lazer para brasileiros. Mie, com 21.717 brasileiros e que abriga o circuito de Fórmula 1 na cidade de Suzuka, e Gifu, com 20.912 brasileiros também são províncias que recebem constante cobertura dos jornais.¹³

Embora apresente características de seu país de origem, a comunidade brasileira no Japão vem absorvendo aspectos da cultura japonesa que influenciam todas as suas atividades, sejam comerciais, de lazer, sociais, religiosas ou esportivas.

A formação de uma infra-estrutura que facilita a vida cotidiana de brasileiros, com disponibilidade de mercadorias, serviços de informação, comunicação e documentação, escolas brasileiras, restaurantes, bares, diversão etc., veio favorecer a permanência destes migrantes no Japão,

¹³ Os números de brasileiros são de 2007 e foram fornecidos pelo Ministério da Justiça do Japão.

apesar de dificultar sua inserção cultural na sociedade japonesa. Mesmo assim, ocorreram alterações em alguns aspectos culturais, com a inclusão de aspectos da cultura nipônica a comportamentos, atitudes, valores que trouxeram do Brasil, *gerando novas formas culturais*, que não pertencem à cultura japonesa e tampouco à cultura brasileira, apesar da diversidade interna de ambas, em um mundo em constante mudança. Podemos supor assim um processo de formação de novas identidades culturais, também diferenciadas, de grupos migrantes internacionais, em contínua mudança. (KAWAMURA 2006, p.16, grifos da autora)¹⁴

À medida que a comunidade crescia no Japão, e os jornais se estruturavam e ampliavam suas coberturas, mais jornalistas foram sendo contratados para o trabalho nas redações. Em fins dos anos 1990, profissionais experientes vindos do Brasil continuavam a chegar, nikkeis ou não, geralmente com o visto de especialista em humanidades, concedido a jornalistas.

A esses, somavam-se ex-dekasseguis com diploma de jornalismo que deixavam as fábricas, fotógrafos autodidatas ou que aprenderam o ofício em cursos no Japão e não-formados em jornalismo com bom trânsito na comunidade. Os repórteres diplomados ex-dekasseguis e os "repórteres sem diploma" costumavam enviar seus textos para a redação central da publicação, onde eram reescritos conforme os padrões jornalísticos do determinado periódico.

Os profissionais das sucursais escrevem matérias sobre as comunidades locais e as enviam à sede. Atualmente, o *IP* tem seis sucursais, um repórter em cada uma, e apenas um tem experiência em jornalismo. Para a mídia atual, ter alguém informado sobre a realidade das comunidades brasileiras no Japão pode ser mais útil do que um repórter formado em jornalismo com experiência no Brasil. A própria Fátima¹⁵, quando começou a trabalhar no jornal japonês de São Paulo, teve que se ajustar, aprendendo com os próprios erros que as políticas editoriais de publicações comunitárias são diferentes das de jornais comuns. Assim, nesses jornais a experiência no jornalismo tradicional não é enfatizada. (SHIRAMIZU, Shiguehiko, 2004, grifos do autor)¹⁶

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Fátima Kamata, editora-chefe do *International Press*

¹⁶ SHIRAMIZU, Shiguehiko. *Jornalismo Comunitário: Publicações em Português Crescem no Japão*. Capítulo final do livro *Ethnic Media Studies*, de Shiguehiko Shiramizu, publicado originalmente na Online Journalism

Nos anos 1990, o procedimento de contratar como free lancers os "repórteres sem diploma" era corrente no *International Press*. Os textos eram reescritos na redação central, em Tóquio. Na mesma época, o *Jornal Tudo Bem* passou a contratar jornalistas no Japão, que haviam imigrado ao país como trabalhadores de fábrica mas que tinham diploma de jornalismo. Entre 1990 e 2000, o *Jornal Tudo Bem* utilizou um "repórter sem diploma" na sucursal de Gunma a título de experiência mas o resultado não agradou aos editores da redação central e o jornal voltou à forma antiga de contratar somente jornalistas formados para a produção de textos.

Uma cobertura presente nos dois periódicos e de grande repercussão entre os jovens da comunidade é a seção de fotos de eventos e discotecas brasileiras no Japão. Eventos sociais têm grande apelo, igualmente acontece com as colunas sociais nos jornais do Brasil. A maioria desses fotógrafos é free lancers e faz fotos para diversas publicações simultaneamente, não sendo exclusivos de uma publicação.

1.4 Jornalistas em um território novo

Os jornalistas que migram ao Japão para integrar as redações dos dois periódicos são em sua maioria nisseis e sanseis. Conhecimento dos costumes japoneses e do idioma estão no currículo deles, bem como experiência como jornalista no Brasil. Mas eles se deparam com algumas dificuldades de adaptação ao país estando dentre as principais: moradia, comunicação e transporte.

1.4.1 Entrevistas e questionário com jornalistas brasileiros sobre familiaridade com o Japão

Antes de darmos prosseguimento às condições de vida e trabalho encontradas pelos jornalistas brasileiros, apresentados os primeiros dados resultantes das entrevistas e questionários respondidos por 18 jornalistas brasileiros

que trabalharam ou trabalham no Japão. Eles responderam a 33 questões. O questionário completo encontra-se nos Anexos.

Do contingente de entrevistados para o presente trabalho, a maioria é sansei (50%), seguidos de nissei (22,22%), não-descendentes (22,22%) e issei (5,56%). Dois entrevistados são mestiços de sansei e um de nissei, sendo contados como sansei e nissei.

A metade dos entrevistados (50%) afirmou ter razoável familiaridade com os costumes e idioma japoneses antes de ir trabalhar no Japão; 27,7% disseram ter razoável familiaridade com a cultura japonesa e pouca familiaridade com idioma; 11,15% disseram ter total familiaridade com o idioma e a cultura japoneses e 11,15% afirmaram não ter nenhuma familiaridade com a cultura e o idioma japoneses.

À primeira vista, pode-se pensar que, ao aceitar um emprego de repórter em um jornal para brasileiros no Japão, o profissional teria o status e as condições de vida e de trabalho de um correspondente estrangeiro de uma grande publicação internacional. As condições, porém, são semelhantes aos dos próprios dekassegus.

1.4.2 Moradia

Assim como os trabalhadores dekassegus brasileiros moravam em alojamentos das empresas que intermediavam seus serviços junto às fábricas japonesas (as empreiteiras), os jornalistas brasileiros foram instalados em apartamentos alugados pelas empresas jornalísticas. Os apartamentos eram semelhantes aos alojamentos dos trabalhadores brasileiros: pequenos, contendo apenas o básico e, em geral, divididos com um colega de trabalho.

Por básico entende-se um apartamento do tipo quitinete, com quarto, cozinha, banheiro (com espaço apenas para o vaso sanitário) e o espaço onde se localiza o *ofurô*¹⁷ e um chuveiro. Os apartamentos tinham ar-condicionado, fogão de

¹⁷ *Ofurô*: espécie de banheira japonesa, muito comum nas casas. Geralmente é separada do sanitário.

duas bocas, máquina de lavar e um *futon*¹⁸ (utilizado pelos japoneses para dormir). Os demais itens (louça, pratos, copos, panelas, panela de arroz, TV, rádio) eram adquiridos pelo jornalista.

No Jornal *Tudo Bem*, a divisão de apartamentos de jornalistas com colegas de trabalho vigorou até meados dos anos 1990. Depois disso, as locações se tornaram individuais. No *International Press*, ainda hoje jornalistas dividem casa.

O tamanho dos apartamentos é algo com que o jornalista brasileiro precisava se acostumar, por menor quer fosse sua casa no Brasil. Normalmente, os repórteres eram acomodados em *apaatos*¹⁹. Com o passar do tempo, passaram também a morar em *manshon*²⁰, *wan ruumu manshon*²¹, *kashiya*²², *koudan juutaku*, sendo que para morar nessas últimas, os jornalistas se inscreviam por conta própria, quando já estavam há bastante tempo no país.

Hoje, como muitos jornalistas já alugam seus próprios imóveis, há maior liberdade de escolha tanto de bairro quanto de tamanho de apartamento. Existem empresas, inclusive, especializadas na locação ou até mesmo venda de imóveis para brasileiros.

1.4.3 Comunicação

A comunicação, mais precisamente a falta dela, é apontada pelos jornalistas entrevistados como um dos problemas que dificultam a adaptação inicial em território nipônico. Isso aconteceu mesmo com os jornalistas que falam japonês. De acordo com o levantamento com os jornalistas, 44,44% dos entrevistados afirmou que não falava japonês bem, mas lia *hiragana*²³ e *katakana*²⁴ antes de ir ao Japão;

¹⁸ *Futon*: espécie de acolchoado usado para dormir. Durante o dia, é recolhido e posto em armários.

¹⁹ *Apaatos*: prédios de apartamentos de até três andares, sem elevador, antigos e simples.

²⁰ *Manshon*: prédios de apartamentos maiores, alguns com elevador.

²¹ *Wan ruumu manshon*: quitinetes mais modernas.

²² *Kashiya*: casas de aluguel, especialmente fora das grandes cidades.

²³ *Hiragana*: de acordo com a Wikipédia “é um dos silabários utilizados para se representar a forma escrita da língua japonesa. Utilizado principalmente em palavras que não possuem representação em ideogramas kanji ou se estes ideogramas tornam a leitura demasiadamente difícil”.

²⁴ *Katakana*: de acordo com a Wikipédia, “é um dos silabários utilizados para se representar a forma escrita da língua japonesa. É utilizado principalmente para representar palavras estrangeiras ou de natureza científica.

22,22% lia e escrevia razoavelmente; 5,56% falava, lia e escrevia fluentemente; 5,56% não falava nem lia muito bem e 22,22% não falava e não lia japonês.

O maior problema era a compreensão do idioma japonês moderno. Isso porque a maioria dos imigrantes japoneses que foram morar no Brasil preservaram o idioma da forma como falavam e escreviam à época da migração, não sendo atualizado.

Os brasileiros que vão para o Japão deparam com uma realidade japonesa muito diferente da imagem idealizada do país passado por seus pais e avós imigrantes no Brasil, como se tivessem congelado a cena do momento da partida, perdendo a noção do tempo durante a viagem, levando consigo as lembranças do que lhe era familiar. (SASAKI, 2003)²⁵

Como o Japão do pós-guerra sofreu intensa influência cultural norte-americana, muitas palavras em inglês foram incorporadas ao idioma e sua correspondente em japonês passou a ser utilizada somente por japoneses idosos. Por exemplo, os japoneses mais jovens jamais utilizam a palavra *benjo*²⁶ para se referir a sanitário e sim *otearai*²⁷ ou *toire*²⁸. No Brasil, entre a colônia japonesa, esse falar antigo, ao estilo dos primeiros imigrantes é conhecido como *koronia-go*²⁹.

Assim, os jornalistas brasileiros - que falavam japonês como seus pais e avós - tinham de reaprender o japonês moderno, assimilando rapidamente a influência do inglês no idioma para executar tarefas básicas como tomar o *baaso*³⁰, participar de uma *pressu conference*³¹ ou comprar *miruku*³² no *suupa*³³.

1.4.4 Transporte

Também é utilizado para [onomatopéias](#) e animais ou plantas para os quais não existam representações comuns em kanji”.

²⁵ Ibid.

²⁶ *Benjo*: banheiro em japonês. Termo utilizado no Japão antes da Segunda Guerra, que caiu em desuso no país. Os imigrantes japoneses que vieram ao Brasil mantiveram seu uso e ensinaram a palavra aos filhos e netos.

²⁷ *Otearai*: banheiro ou toalete em japonês. Palavra utilizada no Japão contemporâneo.

²⁸ *Toire*: banheiro em japonês, palavra derivada do inglês toilet, usada pelas gerações de japoneses mais jovens.

²⁹ *Koronia-go*: do português “colônia” e do inglês “go” (ir). Significa o japonês falado pela colônia, ou seja, pelos antigos imigrantes.

³⁰ *Baaso*: ônibus, palavra derivada do inglês *bus* (ônibus).

³¹ *Pressu conference*: entrevista coletiva, termo derivado do inglês *press conference*.

³² *Miruku*: leite, palavra derivada do inglês *milk* (leite)

Se o jornalista for designado para trabalhar como correspondente, é importante que saiba dirigir e tire a carta de motorista japonesa. Isso é item fundamental para o deslocamento nas províncias e cidades de grande concentração de brasileiros, pois a malha ferroviária e metروiária dessas regiões é bem menor que a de grandes metrópoles, como a capital Tóquio ou Osaka.

Ler os *kanjis*³⁴ básicos para poder dirigir nas ruas do país, aprender a guiar na mão inglesa (como na Inglaterra, o volante fica à direita no veículo), saber dirigir na neve, com correntes nos pneus, conhecer os procedimentos se estiver em um carro em caso de tufões e terremotos também faz parte da rotina de trabalho do correspondente/motorista.

E o correspondente/motorista costuma dirigir bastante. De acordo com a importância da reportagem, o jornalista deixa a sucursal e viaja para as províncias próximas. Normalmente, o correspondente em Aichi cobre também as vizinhas Mie e Osaka. Já o correspondente em Shizuoka viaja com certa frequência para Nagano. O correspondente em Gunma faz também reportagens em Tochigi e Gifu. Quem fica na sede em Tóquio pode cobrir Kanagawa, Ibaraki e Saitama.

Vale lembrar que o tamanho das províncias do Japão é menor que a maioria dos Estados brasileiros e as distâncias entre elas são bem menores em comparação com o Brasil. As boas condições das estradas ajudam nas viagens de automóvel e as excelentes linhas de trem - muitas delas dispendo dos trens bala fazem com que o jornalista cruze províncias mais rapidamente do que se estivesse em um vôo doméstico.

Quem trabalha no escritório central das publicações, em Tóquio, normalmente cumpre suas tarefas de trabalho utilizando as linhas de trem, metrô e os ônibus da cidade. O cuidado principal é ter sempre em mãos o mapa de onde se quer chegar, uma vez que a localização de endereços não é clara na cidade. Também é importante dispor dos mapas completos das linhas de trem e metrô,

³³ *Suupa*: supermercado. Abreviação da palavra inglesa supermaket.

³⁴ Kanji: são os ideogramas japoneses. De acordo com a Wikipédia, “são caracteres de origem chinesa, da época da Dinastia Han, que se utilizam para escrever japonês junto com os silabários katakana e hiragana”.

conhecer as confluências e saídas das estações para não se perder.

Como qualquer estrangeiro, a primeira adaptação do jornalista brasileiro no Japão é com o funcionamento dos serviços básicos do país. Para isso, ele geralmente conta com a ajuda dos colegas mais experientes da redação para fazer as primeiras compras no supermercado, andar pela primeira vez de trem ou metrô, ir à prefeitura para se registrar como estrangeiro e obter o *Gaikokujin Toroku Shomeisho*³⁵ - o equivalente a um RG de estrangeiro.

Receber os primeiros salários é um desafio para os não fluentes em japonês. Tanto que jornalistas mais experientes ou tradutores acompanham os novatos na abertura das contas e no uso do caixa eletrônico (poucos deles possuem menu em inglês). Na dúvida entre um comando e outro - e conseqüentemente perder dinheiro - a maioria dos novatos não gosta de ir sozinha ao banco nos primeiros meses.

"Nos primórdios da imprensa de kassegui no Japão, a dificuldade de adaptação dos jornalistas brasileiros era um dos maiores problemas. Como os de kasseguis, seu público leitor, eles estavam trabalhando em um país completamente diferente do seu, enfrentando as barreiras da língua, da alimentação, dos costumes, do clima e, além disso, dos desastres naturais, que são extremamente comuns no Japão." (Júlio Moreno foi diretor de redação do *Jornal Tudo Bem*)³⁶

1.5 Múltiplas funções fazem parte do trabalho

Ao chegar ao Japão para trabalhar o jornalista se deparava com as múltiplas funções que era preciso desempenhar. Além de apurar, entrevistar, pesquisar e escrever, o profissional deveria saber fotografar bem, e, no caso dos correspondentes, saber dirigir e ter carta de motorista japonesa.

"O fato de ser uma repórter com múltiplas funções fez com que eu

³⁵ *Gaikokujin Toroku Shomeisho*: também conhecido como Gaijin Toroku, é a carteira de Registro de Estrangeiro que todos os imigrantes legais devem possuir. Ele é obtido na prefeitura da cidade onde se mora, mediante o preenchimento de documentos e apresentação do passaporte.

³⁶ Júlio Moreno trabalhou no Japão entre 1997 e 1999, como diretor de redação do *Jornal Tudo Bem*.

desenvolvesse outras habilidades, como ir além de noções de fotografia. Também, por atuar como correspondente não fiquei restrita a uma editoria: cobri reportagens de cultura a esportes, incluindo casos de polícia e acidentes." (Mami Yasunaga foi correspondente em Aichi)³⁷

Além das múltiplas atividades para executar o trabalho jornalístico, os jornalistas brasileiros no Japão, especialmente nos meados dos anos 90, tiveram de se acostumar com uma demanda peculiar dos leitores: os telefonemas para a redação inspirados pela carência e pela falta de falar português.

No início do movimento dekassegui, os jornais – e os jornalistas – funcionavam como uma espécie de interlocutor do leitor – alguém com quem ele podia conversar em português. Não era raro, nas segundas-feiras, em pleno fechamento dos jornais que estariam nas lojas na terça-feira, as redações receberem telefonemas de leitores querendo saber o resultado do jogo de seu time do coração, cuja partida ocorrera no domingo. Vale lembrar que não havia internet nem TV brasileira no país nessa época. Como não existia departamento de atendimento ao leitor, os próprios jornalistas falavam o resultado ao telefone e a maioria dos leitores esticava a conversa. Aqueles telefonemas muitas vezes eram as únicas palavras que eles trocavam em português em uma semana ou mais por trabalharem em regiões de pouca presença de brasileiros.

A relação entre correspondentes das províncias e leitores era ainda mais estreita, pois o correspondente estava sempre nos lugares-chave dos acontecimentos. Ele virava um misto de celebridade e posto de serviços para as questões mais diversas: ouvia reclamações trabalhistas, tirava dúvidas sobre visto, recebia convite para festas, posava para fotos com desconhecidos, opinava se era melhor fazer tratamento dentário no Japão ou no Brasil, entre outros.

"Estar distante do país, da família, de sua cultura, de sua culinária etc., deixa a pessoa bastante carente. De vez em quando, eu encontrava com um leitor de jornal que conversava comigo como se me conhecesse há muito tempo, numa intimidade constrangedora. Teve até um fato muito

³⁷ Mami Yasunaga integrou a primeira redação do *Jornal Tudo Bem* em São Paulo, em 1992, e posteriormente foi correspondente do *Jornal Tudo Bem* na província de Aichi. Também trabalhou como dekassegui no Japão.

bizarro em Nagoya, que depois do susto passou a ser engraçado. Entramos num restaurante brasileiro no porto de Nagoya e um dos clientes que estava no balcão literalmente deu um salto quando ouviu o meu nome. 'Mami Yasunaga, é verdade que é você? Eu não acredito que estou falando com Mami Yasunaga...Só faltou ele pedir autógrafo. Fiquei muito envergonhada, no entanto, compreendi, pois isso reflete a solidão do trabalhador no Japão. O jornalista torna-se mais um "posto" para o dekassei procurar ajuda ou simplesmente desabafar. Isso, no entanto, é inerente ao correspondente, pois, para realizar um trabalho eficiente, é necessário facilitar o acesso. Mas grande parte dos leitores usava esse canal para tentar solucionar problemas pontuais e pessoais." (Mami Yasunaga)³⁸

"O papel do jornalista no Japão, diferentemente do Brasil, não se resume em apenas noticiar. O jornalista acaba exercendo também a função de RP, amigo e "voluntário." (Karina Morizono foi correspondente do *Jornal Tudo Bem* em Gunma)

Se por um lado a proximidade ajudava na obtenção de dados e personagens para o trabalho, por outro deixava os jornalistas mais vulneráveis a pressões e cobranças. O jornalista tinha de tomar cuidado quando fazia matérias envolvendo denúncias, crimes ou iam contra alguém que se achasse prejudicado.

Ao fazer uma reportagem sobre a vida de estudantes colegiais japonesas – que faziam programas para comprar bolsas e sapatos de grife - a redação do *Jornal Tudo Bem* foi apedrejada e recebeu telefonemas ameaçadores. Em outra ocasião, para obter depoimentos e fotografias de brasileiros criminosos no Japão, a reportagem do jornal foi seguida de carro por um integrante da yakuza, a máfia japonesa, para a qual alguns dos brasileiros entrevistados trabalhava. O mafioso acompanhou de longe as entrevistas e sessão de fotos, feitas com o recurso do contra luz para não identificar os rostos. A recomendação de que em hipótese alguma os entrevistados fossem identificados foi seguida pela reportagem, cujos hábitos e a rotina os entrevistados deixaram claro que conheciam. Por se tratar de uma comunidade com poucos jornais e um reduzido número de jornalistas em atividade à época, os profissionais de imprensa eram facilmente identificados nas aglomerações de brasileiros, não necessitando de credenciais.

³⁸ Ibid.

CAPÍTULO 2

INTERAÇÕES JORNALÍSTICAS – A IMPRENSA NO JAPÃO

Passado o estranhamento inicial provocado pela necessidade de ser adaptar à moradia, ao transporte e à comunicação, os jornalistas brasileiros no Japão começam a descobrir como é executado o trabalho jornalístico no arquipélago.

Antes, porém, de passar à análise da imprensa japonesa e suas características peculiares, é necessário apresentar outros resultados da entrevista realizada com jornalistas brasileiros apresentado as respostas sobre a cultura japonesa e o domínio do idioma. Mais adiante, quando será explicado o sistema de kisha clubs (clubes de imprensa) e o relacionamento da imprensa com a Agência da Casa Imperial, serão apresentados os resultados da pesquisa com as respostas sobre esses temas.

2.1 Entrevistas e questionário com jornalistas brasileiros sobre a cultura japonesa e domínio do idioma

Sobre a familiaridade com os costumes japoneses antes de ir ao Japão, 50% dos entrevistados afirmaram ter razoável familiaridade com o idioma e a cultura japoneses; 27,7% disseram ter razoável familiaridade com a cultura japonesa e pouca familiaridade com idioma; 11,15% afirmaram ter total familiaridade com o idioma e a cultura japoneses e 11,15% disseram não ter qualquer familiaridade com a cultura e o idioma.

Indagados a respeito do nível de fluência em japonês à época da ida ao Japão, 44,44% afirmaram não falar bem mas ler *hiragana* e *katakana*; 22,22% disseram ler e escrever razoavelmente e 5,56% afirmaram falar, ler e escrever fluentemente. Outros 5,56% disseram não falar nem ler muito bem; e 22,22% afirmaram não falar nem ler nada. Sobre o nível de japonês que têm atualmente, 22,22% dos entrevistados disseram falar bem e ler *hiragana* e *katakana*; 16,66% afirmaram não falar bem, mas ler *hiragana* e *katakana*; 16,66% disseram ler e escrever razoavelmente; 16,66% afirmaram não falar nem ler muito bem; 16,66% disseram falar apenas palavras básicas e não ler ideogramas; 5,56% disseram ler e

escrever bem e 5,56% afirmaram falar, ler e escrever fluentemente.

A respeito da adaptação ao Japão, 66,66% dos jornalistas entrevistados afirmaram estar muito bem adaptados ao país; 27,78% disseram estar razoavelmente adaptados ao país e 5,56% disseram estar em fase de adaptação ao país.

Quanto à importância do idioma japonês para a execução do trabalho jornalístico, 72,22% disseram ser útil para a realização da apuração, entrevistas e reportagens; 16,66% afirmaram ser desnecessário para a realização da apuração, entrevistas e reportagens e 11,12% afirmaram ser imprescindível para a realização da apuração, entrevistas e reportagens. Nas respostas acima, pode-se associar a discrepância entre as respostas de que o idioma japonês é "desnecessário" e "imprescindível" ao fato de os jornalistas que são correspondentes nas províncias de grande concentração de brasileiros terem pouco contato com fontes japonesas em seu trabalho, sendo, no caso deles, de fato "desnecessário". Em contrapartida, o contato com japoneses é bastante freqüente nos escritórios centrais em Tóquio, sendo necessário para efetuar o trabalho na capital japonesa maior fluência no idioma ou a ajuda de tradutores, o que justifica a porcentagem de "imprescindível" e também nos remete à próxima resposta da entrevista, sobre a ajuda de intérpretes.

Sobre contar com a ajuda de intérpretes no dia-a-dia, 44,44% dos entrevistados afirmaram contar com intérpretes em 10% da apuração, reportagens e entrevistas; 16,66% disseram contar com intérpretes em 30% da apuração, reportagens e entrevistas; 16,66% disseram contar com intérpretes em 100% da apuração, reportagens e entrevistas; 11,12% afirmaram contar com intérpretes em 50% da apuração, reportagens e entrevistas; 5,56% afirmaram contar com intérpretes em 70% da apuração, reportagens e entrevistas; e 5,56% disseram não contar com intérpretes por serem fluentes em japonês.

2.2 Imprensa japonesa

No Japão não há a obrigatoriedade de diploma de jornalismo para o exercício da profissão. Existem poucos cursos de comunicação no país, cuja ênfase não é o

jornalismo e sim relações públicas e publicidade. Os meios de comunicação recrutam seus futuros empregados das faculdades de sociologia, ciências políticas, economia, história e outras, fornecendo treinamento interno aos novatos.

Assim, o jornalista japonês é formando em seu próprio local de trabalho, por meio de treinamento e também observando como trabalham os colegas mais experientes. A concorrência para obter uma vaga nos grandes meios de comunicação japoneses é grande, como ocorre em todas as empresas japonesas de grande porte.

"Como na maioria das empresas japonesas, as empresas jornalísticas pegam recém-formados, que fazem a carreira em uma só empresa por toda a vida. Existe a relação de *sempai* e *kouhai*³⁹, parte da cultura japonesa. Normalmente há um curso interno de duas semanas, onde o novato aprende fazendo, são os *shimiyu chain*⁴⁰ - os alunos novos. Em 2006, o *Asahi Shimbun* criou um curso de jornalismo para seus profissionais novatos. Isso porque foram publicadas reportagens contendo erros graves, que resultaram na perda de credibilidade dos leitores. Para que isso não voltasse a acontecer, foi criado um curso. No caso do *Asahi*, por ser um jornal grande e famoso (e um dos que pagam melhor) também contratam jornalistas veteranos de outras publicações, como *Mainichi* e *Sankei Shimbun*, mas na maior parte dos jornais japoneses isso dificilmente acontece" (Hiroshi Ishida, jornalista japonês)⁴¹

Mesmo no Japão contemporâneo ainda prevalece uma cultura do emprego vitalício e os jovens que pleiteiam emprego nos jornais sabem que dificilmente mudarão de empresa durante a vida toda. No Brasil, a passagem por vários meios de comunicação certamente é vista como sinal de experiência e prestígio de um repórter. No Japão, tal atitude tem uma conotação negativa, uma espécie de infidelidade à empresa que o empregou e treinou inicialmente.

³⁹ *Sempai* e *kouhai*: seria o que no Ocidente é chamado de veteranos e calouros, sendo que *sempai* é o colega que vem antes e *kouhai* o que vem depois. No Japão, esse relacionamento é profundo e respeitoso, com o *sempai* orientando o *kouhai* e este devendo obrigações ao *sempai*.

⁴⁰ *Shimiyu chain*: alunos novos

⁴¹ Hiroshi Ishida é jornalista japonês, por três anos foi correspondente do *Asahi Shimbun* na América Latina. Formou-se em Ciências Políticas na Universidade Nacional de Tsukuba em 1994 com a tese: *Histórias e possibilidades do PT (Partido dos Trabalhadores) no Brasil e outros movimentos de esquerda na América Latina*. Retornou para o escritório central do *Asahi*, em Tóquio, em novembro de 2008.

Embora a cobertura realizada pelos jornais brasileiros no Japão seja primordialmente de assuntos da comunidade não é raro que os jornalistas brasileiros cubram assuntos nacionais. Assim, as publicações precisam percorrer a mesma trajetória dos jornais japoneses e dos correspondentes estrangeiros na busca por informações de fontes oficiais, empresariais e extra-oficiais.

Para dar conta da cobertura de assuntos do Japão, ambas as redações dos periódicos objeto do estudo, *International Press* e *Jornal Tudo Bem*, são assinantes de agências de notícias japonesas e internacionais, além de brasileiras. De acordo com informações do expediente das publicações em outubro de 2008, o *International Press* utiliza as seguintes agências e jornais: Agência Estado, Agência Brasil, Reuters, Bloomberg News, Efe, *Mainichi Shinbum* e *Jornal Nippo-Brasil*. Para fotos: Agência Estado, Reuters, Bloomberg, Kyodo e *Jornal Nippo-Brasil*. O *Jornal Tudo Bem* utiliza os serviços editoriais da Agência Estado, Kyodo, Kyodo Photo, Graffo, Agência Brasil e Reuters. Também utiliza fotos da revista *Made in Japan*.

As agências de notícias, os periódicos japoneses e os noticiários da TV e rádio são a base das reportagens da editoria de Japão. Há, também, apuração própria, com o envio de jornalistas a entrevistas individuais e coletivas de órgãos e entidades japoneses, apuração pessoal junto a fontes e por telefone. O contato inicial com as fontes japonesas é sempre feito em japonês, em sua linguagem polida⁴². Para isso, na maioria das vezes é necessária a ajuda de um intérprete.

O primeiro contato com a fonte de informação japonesa é essencial para que o jornalista e até o jornal tenham sucesso em contatos futuros, sendo realizado cuidadosamente e respeitando-se os procedimentos próprios de cada organização. Para obter informações de órgãos oficiais japoneses, é necessário inicialmente fazer uma apresentação do veículo. As fontes japonesas, por desconhecem as publicações brasileiras - e estrangeiras em geral - costumam pedir exemplares dos

⁴² No japonês existem três tipos de linguagem polida (*keigo*): o *sonkeigo*, que demonstra respeito, eleva o interlocutor acima de si; o *kenjoogo*, que demonstra humildade, a pessoa se rebaixa perante o interlocutor; e o *teineigo*, a maneira polida.

periódicos antes de conceder informações, fotos e entrevistas.

Essa apresentação normalmente é feita por meio da visita de um representante do periódico (pode ser o próprio jornalista), que leva exemplares do jornal e dá explicações sobre ele. Após o contato, o representante toma conhecimento do protocolo do órgão público em questão e adequa o pedido de entrevista ou reportagem a esse. A partir daí, passa a ser atendido pelas relações públicas da organização. Curiosamente, em um país que é sinônimo de tecnologia, grande parte dos pedidos para órgãos públicos japoneses tem de ser encaminhada por fax - e não por email.

Sobre o tratamento dispensado à mídia brasileira pelos órgãos governamentais japoneses (Ministério da Justiça, Departamento de Imigração, Agência Nacional de Polícia, Ministério da Educação, prefeituras), os jornalistas brasileiros entrevistados manifestaram as seguintes opiniões:

55,55% disseram que o atendimento à imprensa brasileira é regular, nem sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista ou fornecem as informações necessárias às reportagens; 33,33% afirmam que é bom, na maioria das vezes atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens; 5,56% disseram que é excelente, sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens; e 5,56% não opinaram.

"O que mais me chamou a atenção foi a burocracia. No Japão os pedidos de entrevista têm de ser todos por fax, com papel timbrado da empresa. Eu nunca imaginei que um país tão avançado tecnologicamente ainda usasse fax. Por sermos um veículo estrangeiro, sempre tínhamos de enviar a revista e o jornal, explicar tudo nos mínimos detalhes. Essa parte do trabalho foi a que achei mais difícil de lidar." (Marianne Nishihata foi editora do Jornal Tudo Bem em Tóquio)

"O excesso de burocracia para agendar entrevistas, pedir fotos e

fazer contatos é fora do comum para quem está acostumado aos procedimentos do Brasil. Sem contar que os pedidos têm de ser enviados por fax e não por email”, Cesar Hirasaki é correspondente do Jornal Tudo Bem em Tóquio)

"Eu tinha a impressão de que saber o idioma japonês ajudava a quebrar algumas barreiras junto a alguns órgãos públicos. Isso aconteceu uma vez quando um policial leu o boletim de ocorrência ao telefone, e outros jornalistas disseram que nunca tinham conseguido isso. Outra vez foi quando uma pessoa que trabalhava no órgão de defesa do consumidor da cidade de Hamamatsu me procurou porque estava preocupada com os brasileiros que não sabiam dos seus direitos." (Chiaki Karen Tada foi correspondente do Jornal Tudo Bem em Tóquio e Hamamatsu)

Um procedimento comum às fontes japonesas que serão entrevistadas é pedir com antecedência a lista de perguntas que serão feitas, não somente o tema da entrevista, que é mais comum no Ocidente. O objetivo é planejar previamente as respostas, especialmente se elas envolvem números. Uma vez enviada a lista de perguntas, o jornalista deve se contentar com aquelas respostas. Se, na hora da conversa, quiser fazer novas perguntas, é preciso se certificar de que não vai deixar o entrevistado embaraçado ou sentindo que a relação de confiança foi quebrada.

No Japão há procedimentos de jornalistas e entrevistados que são usuais ao país porém não comuns jornalistas brasileiros. Os entrevistados elegeram os procedimentos que mais chamaram sua atenção na seguinte ordem:

A grande preocupação com a privacidade por parte dos jornais japoneses, a não-divulgação de nomes de suspeitos (33,33%);

O fato de alguns entrevistados cobrarem pela entrevista (22,22%)

A pontualidade ao início dos trabalhos (11,11%);

A burocracia para efetuar o trabalho jornalístico (11,11%)

As respostas evasivas dos entrevistados, o não ir direto ao ponto (11,11%)

A etiqueta que o jornalista deve ter (5,56%)

A falta de respeito com a mídia de kassegui (5,56%)

"O exercício diário do jornalismo brasileiro no Japão é uma luta, com doses de paciência, quando são necessárias informações das instituições

governamentais, especialmente da polícia. As diferenças culturais e costumes entre Brasil e Japão são imensas. Inicialmente, muitas práticas comuns à imprensa japonesa chamaram a minha atenção: o fato de alguns entrevistados cobrarem pela entrevista; a maioria dos jornalistas japoneses não fazer perguntas em entrevistas coletivas; entrevistador e entrevistado trocarem presentes; a grande preocupação com a privacidade por parte dos jornais japoneses; e como os japoneses respondem as perguntas, ensaiando bastante para chegar ao ponto central. Entender isso se mostrou como o maior desafio na prática do jornalismo." (Eduardo Xavier foi correspondente do Jornal Tudo Bem em Gunma)

"A grande preocupação com a privacidade por parte dos jornais japoneses, a não-divulgação de nomes de suspeitos e o respeito à privacidade em outras situações por parte da imprensa japonesa chamaram minha atenção. Muitas vezes, eles se preocupavam com a pessoa em vez de garantir o furo de reportagem. No caso de morte, os jornalistas japoneses não chegam perto dos familiares e ficam entrevistando as pessoas em busca de detalhes. Isso não significa que ele não vai fazer a matéria, mas pode esperar pelo momento adequado. Vi muito isso com as equipes de TVs que acabaram por produzir documentários interessantes." (Mami Yasunaga)

"Acredito que aqui no Japão, a imprensa étnica segue os conceitos de toda imprensa japonesa, que tem a grande preocupação de preservar a individualidade da pessoa, seja réu ou vítima, por exemplo. Outro dia, aconteceu o ataque de um maluco em Akihabara, que matou seis pessoas. A TV procurou os pais, falou com eles, mostrou-os pedindo desculpas, mas em nenhum momento expôs suas fisionomias ou deixou passar algo que identificasse de onde eram. Isso, em nada prejudicou o trabalho jornalístico, de apuração, e ao mesmo tempo mostrou o drama e a vergonha da família." (Nelson Watanabe)

O protocolo e a burocracia fazem parte dos contatos da imprensa brasileira no Japão de forma geral, pois as autoridades nipônicas estão acostumadas ao centenário sistema de clubes de imprensa (kisha clubs). E os clubes de imprensa ainda são um mundo fechado aos jornalistas brasileiros no Japão. Nas entrevistas, a maioria dos jornalistas nem sequer sabia da existência deles ou não teve oportunidade de conhecer um para tentar ingressar nele. Indagados se já integraram ou integram algum clube de imprensa japonês (kisha club), 100% dos

entrevistados respondeu que não. Nas respostas abertas, as alegações sobre o motivo de não participar foram:

33,33% não sabiam, nunca ouviram falar de nenhum

22,22% faziam ou faz em parte apenas do Centro de Imprensa Estrangeira (Foreign Press Center)

11,15,% sentiam ou sentem pouca necessidade

11,15% falta de tempo, não tiveram oportunidade

5,56% falta de interesse

5,56% não quiseram se associar porque os clubes de correspondentes estrangeiros têm um aspecto social, de jantares e entretenimento, e os da imprensa japonesa são extremamente fechados

5,56% decisão da empresa

5,56% não se inscreveram porque acreditavam ser preciso ter o contato com alguma empresa jornalística do Brasil

O centro de imprensa mais conhecido, especialmente dos jornalistas com mais tempo de Japão e citado nas respostas, é o Foreign Press Center, que não é um kisha club, funcionando mais como um apoio governamental aos jornalistas estrangeiros, pois tem atendimento em inglês.

Localizado em Tóquio, o Foreign Press Center conta com biblioteca e sala de imprensa com computadores e acesso à internet para os associados. Antes da popularização dos laptops e da facilidade de acesso à web wireless, o Press Center costumava ser o local onde os jornalistas estrangeiros de passagem pelo país escreviam suas matérias. Hoje concentra mais seus serviços na organização de entrevistas coletivas (em inglês ou em japonês com tradução simultânea) e atendimento a pedidos específicos de reportagens.

2.3 Kisha clubs - os clubes de imprensa japoneses

Na imprensa japonesa vigora um sistema de clubes de imprensa (kisha club), organizações sem equivalentes no Brasil, cujo funcionamento distribui notícias sobre os mais variados assuntos: automóveis, bancos, prefeituras, sumô, cerveja,

polícia, entre outros.

Os clubes de imprensa japoneses tiveram início em 1890, quando um grupo de jornalistas buscava notícias sobre as decisões do Parlamento japonês (chamado à época de Dieta Imperial) e foram admitidos no parlamento, onde podiam acompanhar as sessões. O grupo passou a ser conhecido como Domei Kisha Club. A partir daí os meios de comunicação japoneses integrantes da Associação dos Jornais do Japão (Nihon Shinbun Kyokai - NSK) criaram outros clubes de imprensa para atuar em instituições diversas.

Os kisha clubs são organizações voluntárias de captação de notícias e atividades jornalísticas da qual participam jornalistas dos principais órgãos de imprensa japoneses.

Os clubes de imprensa atuam junto a instituições públicas, como governos de províncias, cidades e polícia. Fechados e compostos por poucos integrantes, os clubes elegem dentre os membros um representante. Ele fica responsável por fazer a ponte entre o grupo e o órgão do governo regularmente. Muitas vezes, o órgão coberto pelo kisha club cede uma sala, mesa e cadeira para o jornalista, que o frequenta periodicamente.

A utilização de espaço e mobília de um órgão público pela imprensa foi reconhecida por decisões judiciais e pelo Ministério das Finanças do Japão como uma atitude que não se insere na categoria de utilização de bens públicos para outros fins que não os públicos. No entanto, todos os custos incorridos na utilização do espaço do jornalista devem ser devidamente pagos pelos meios de comunicação social associados.

Ao receber notícias, o responsável pelo clube as repassa ao grupo por meio de relatórios. Ele não pode "furar" os demais órgãos de imprensa integrantes. Espera-se que o integrante do kisha club compartilhe seus relatórios com os demais. Os membros do clube são igualmente convidados a assumir a responsabilidade pela elaboração dos relatórios, um de cada vez, por eleição.

No entender dos jornalistas japoneses integrantes dos clubes, a criação dos kisha clubs facilita no exercício de pressionar órgãos e entidades na divulgação de informações. E é um aliado na luta pela liberdade de imprensa e de expressão. O caráter de clube é uma demonstração da coletividade da sociedade nipônica, onde desde a infância o grupo prevalece sobre o indivíduo, e a concepção de furo está mais próxima de uma atitude egoísta do que de competência pessoal de um repórter.

Os membros dos clubes de imprensa se vêem com a responsabilidade de verificar o exercício do poder público da organização a que estão ligados, e com a função de divulgar informações verdadeiras e corretas. E acreditam que podem fazer isso na segurança do pertencimento a um grupo. Também entendem que, como clube, há um mais fácil acesso às informações das instituições públicas e de outras fontes. Como resultado, a comunicação rápida e precisa se torna possível, permitindo que as notícias sejam mais aprofundadas.

Em casos de ameaça à vida e aos direitos humanos, como seqüestros, é função dos kisha clubs coordenar a captação e emissão de notícias por meio dos relatórios e conferências de modo que os trabalhos policiais não sejam prejudicados. No caso de seqüestro, há o embargo de informações.

Os kisha clubs são integrados por jornalistas designados pelos veículos membros da Associação dos Jornais do Japão (Nihon Shinbun Kyokai - NSK) ou organizações de mídia de nível semelhante aos da NSK no mundo. Pertencem à associação os grandes jornais, emissoras de TV e rádios japoneses. Grandes órgãos de imprensa internacionais também podem integrar os kisha clubs, desde que atendam as exigências de filiação do grupo.

O elemento mais importante da adesão é a respeitar o Cânone de Jornalismo da NSK: a liberdade de expressão e a grande responsabilidade de acompanhar a rigorosa e justa elaboração de relatórios, além do respeito pelos direitos humanos. Estas são as bases da grande imprensa japonesa. Os kisha clubs deve ser composto por jornalistas que cumpram rigorosamente essas regras.

Além da divulgação de relatórios, que servem de base para reportagens, uma das funções dos kisha clubs é organizar conferências de imprensa. Os jornalistas japoneses associados entendem que, com a organização de conferências da imprensa para o público, podem oferecer uma opção de divulgação de notícias mais imparcial do que a das conferências de imprensa organizadas pelo próprio órgão, que podem correr o risco de serem conduzidas de maneira unilateral pela entidade organizadora. Nesse sentido, é muito importante para os kisha clubs ter a iniciativa própria de organizar conferências de imprensa.

Com a popularização da internet, os kisha clubs viram seu controle de informação ameaçado. Inicialmente fechados e restritos, eles tiveram de rever seu papel em função do aumento dos veículos de comunicação fora dos clubes, especialmente a internet. Em 2006, promoveram uma “abertura”, recebendo novos pedidos de adesão e permitindo que outros órgãos de imprensa tivessem acesso às informações de alguns clubes. Ainda assim, cada clube de imprensa deve julgar se os novos membros ou participantes são adequados para ter acesso às informações divulgadas.

Se por um lado os kisha clubs ajudaram na divulgação de informações que antes não eram obtidas ou eram obtidas com grandes dificuldades, dada a inclinação dos órgãos públicos japoneses de não revelar dados, por outro, os kisha clubs se transformaram em feudos e a relação entre jornalista e fontes ficou tão estreita que muitos deles funcionam mais como uma assessoria de imprensa da entidade do que um organismo que deveria fiscalizá-la. Atualmente, questiona-se a imparcialidade desses clubes, que vêm sendo duramente criticados pela própria mídia japonesa (obviamente por meios de comunicação que não integram kisha clubs) por seu caráter restrito, fechado e elitista.

A criação de portais e sites dos órgãos públicos facilitou o acesso às informações tanto por parte da imprensa que não integra os kisha clubs quanto dos cidadãos. Com isso, os próprios clubes estão questionando sua existência e finalidade e prevendo uma redução ou até erradicação de repórteres instalados dentro das instituições públicas.

Para que um jornalista estrangeiro seja membro de um kisha club é preciso que tenha um certificado de imprensa estrangeira emitido pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros e que seja membro de uma organização estrangeira de comunicação social que desempenhe atividade semelhante às da NSK. Após apresentar os documentos pedidos, o jornalista aguarda a decisão do respectivo kisha club. Vale ressaltar que é necessário que o jornalista seja fluente no japonês falado e escrito, pois fará parte do revezamento na elaboração dos relatórios para o grupo.

2.4 Agência da Casa Imperial

A Agência da Casa Imperial (*Kunaichoo*) é responsável por administrar a vida pública e também privada da Família Imperial do Japão, controlando a agenda de cada membro da família, visitas ao exterior, comparecimento a eventos e aparições em datas comemorativas. Ela fornece à imprensa imagens e informações sobre o imperador Akihito, a imperatriz Michiko, o príncipe-herdeiro Naruhito, sua esposa, a princesa Masako, a filha deles, Aiko, e demais membros da Família Imperial.

Tudo relacionado à Família Imperial - de notícias sobre a sucessão ao Trono do Crisântemo à doença da princesa Masako -, passa pelo crivo da Agência. O kisha club que cobre o *Kunaichoo* é um dos mais restritos do Japão, mas a imprensa internacional tem acesso à Agência por meio das relações públicas.

O protocolo do *Kunaichoo* é extenso e deve ser seguido à risca sob pena de a publicação nunca mais ser atendida, o que costuma gerar protestos da imprensa estrangeira e críticas sobre o conservadorismo e exigências excessivas da Agência.

No caso de reportagens sobre a família imperial japonesa, a Agência permite à grande imprensa internacional (agências de notícias como Reuters, France Press, Associated Press e United Press) a cobertura de eventos oficiais dos membros da família imperial, viagens da família imperial pelo Japão e raros momentos em família ou nos jardins do Palácio Imperial. Aparições do aniversário do imperador Akihito, todo dia 23 de dezembro na bancada do Palácio, com a presença dos súditos, também são alvo de coberturas formais e previsíveis autorizadas pela Agência.

As maiores dificuldades surgem quando uma publicação pretende fazer uma reportagem diferenciada, com informações e fotos exclusivas. Para se elaborar um especial sobre a Família Imperial japonesa, a equipe do *Jornal Tudo Bem* e da revista *Made in Japan* levou meses da negociação de fotos do arquivo da Agência à publicação. O primeiro contato precisou ser feito pelo presidente da JBCommunication, que edita as duas publicações. Masakazu Shoji foi à Agência com o jornal e a revista em mãos e uma proposta do que seria a reportagem.

A negociação levou cerca de seis meses. Após concordar com a linha da reportagem - que contava em detalhes a vida do imperador Akihito, da imperatriz Michiko, do príncipe-herdeiro Naruhito e da princesa Masako, e explicava a linhagem do Trono do Crisântemo -, a Agência da Casa Imperial pediu para conferir as páginas diagramadas antes da publicação. O objetivo era verificar se a diagramação respeitava os cortes das fotos, não podendo haver sobreposições, nem recortes que tirassem os fotografados do contexto. Pediu, também, a reportagem completa em português e também traduzida para o japonês, a fim de checar se o que seria publicado estava de acordo com o combinado. Satisfeitas as exigências, por fim, a reportagem especial foi publicada, como fotos e informações inéditas até então na imprensa brasileira.

O alto nível de exigência e cerceamento da Agência faz com que ela seja considerada pelos jornalistas brasileiros como o órgão público mais difícil de se obter informações no Japão. Sobre as solicitações feitas à Casa Imperial, 33,33% dos jornalistas brasileiros entrevistados disseram que o atendimento à imprensa brasileira no Japão é regular, pois nem sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista ou fornecem as informações necessárias às reportagens; 16,66% disseram ser ruim, pois não atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista nem fornecem as informações necessárias às reportagens; 11,12% afirmam que é bom, na maioria das vezes atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens; 5,56% acha que é excelente, sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens; e 33,33% dos entrevistados não opinaram, pois nunca cobriram ou

encaminharam pedidos à Agência da Casa Imperial.

As histórias envolvendo apurações de jornalistas brasileiros e a Casa Imperial são muitas e variadas. Abaixo, alguns depoimentos de jornalistas que mantiveram contato com a Agência:

“Na Agência da Casa Imperial há censura de fotos e de perguntas, exigência de checagem prévia do conteúdo da matéria e as fotos de divulgação são cobradas. Ela não confirma a programação da Família Imperial para a imprensa brasileira no Japão nem mesmo quando a agenda está relacionada à comunidade brasileira ou ao Centenário da Imigração Japonesa. O pior é que limitam os locais onde a imprensa brasileira pode estar, enquanto a mídia japonesa pode transitar com mais liberdade”, (Cláudia Emi é editora do Jornal Tudo Bem em Tóquio)⁴³

“Tive acesso à Casa Imperial por causa da cobertura da visita do então presidente Fernando Henrique Cardoso ao Japão. Eles foram muito atenciosos e me trataram muito bem. Dedicaram-se a passar todos os pontos do protocolo (como não olhar diretamente ao imperador; jamais dirigir-lhe à palavra; em hipótese alguma dar às costas etc.) Mas, lembro que para conseguir as credenciais foi um sufoco, uma vez que o veículo nem era brasileiro e nem japonês... Lembro que houve interferência do Itamaraty, que no final liberou as credencias para os veículos em língua portuguesa no Japão. Um fato engraçado: o taxista que me levou até o local ficou super feliz. Disse que falaria para a família inteira que havia entrado na Casa Imperial. Nem se importou de passar pela fiscalização. Eu é que deveria ter cobrado...” (Mami Yasunaga)⁴⁴

“A Agência da Casa Imperial atende os pedidos desde que respeitadas todas as burocracias e os largos prazos preestabelecidos, geralmente para coletivas e anúncios oficiais. Toda a imprensa japonesa é acostumada com estas regras e a ter somente informações oficiais. Para os ocidentais, que sempre tentam informações exclusivas, entrevistas exclusivas, tudo isso é insoso e insuficiente. Por isso, acho comum que muitos jornalistas brasileiros e de outros países considerem o atendimento

⁴³ Cláudia Emi é também editora da revista Made in Japan. Antes, trabalhou como dekasegui no Japão e na redação do International Press em Tóquio.

⁴⁴ Ibid.

ruim.” (Erin Mizuta foi repórter do International Press em Tóquio)⁴⁵

“A Agência da Casa Imperial é mais exigente que todos os órgãos governamentais de Brasília juntos.” (Hiroshi Ishida)⁴⁶

2.5 Etiqueta no trabalho

Além da burocracia, que no Japão existe para ser seguida, cumprir a etiqueta japonesa é um ponto importante para a realização do trabalho do jornalista. Ao chegar a uma redação, uma das primeiras coisas que o repórter recebe são os seus cartões-de-visita (*meishi*). A troca de cartões é extremamente importante no primeiro encontro, nos encontros de negócios e em entrevistas. Até pessoas comuns costumam trocar cartões-de-visita e existe uma etiqueta para como se comportar ao receber um cartão.

Quando receber o cartão de outra pessoa, convém não guardá-lo em seguida. Deve-se lê-lo todo com atenção e deixá-lo sobre a mesa, à vista. Na cultura japonesa, isso demonstra consideração com o seu interlocutor. Na hora de guardá-lo, o porta-cartão e não o bolso é o lugar certo. Quem dá o cartão primeiro é quem está em posição inferior (o subordinado, o entrevistador). Quem o recebe, o faz com as duas mãos.

A linguagem não-verbal quer dizer muita coisa no Japão, por isso a importância do cumprimento japonês como parte da etiqueta junto às fontes japonesas. A maneira correta de cumprimentar uma pessoa pode abrir ou fechar portas em uma apuração. O cumprimento tradicional japonês é o *ojigi*,⁴⁷ que consiste em curvar-se e abaixar a cabeça em sinal de reverência. Quanto mais formal a ocasião, mais a pessoa se curva ao cumprimentar.

Outro procedimento comum nas redações são as apresentações para as fontes. Os jornalistas mais experientes dão suporte aos novatos, apresentando pessoalmente as fontes com as quais costuma falar frequentemente. No caso do

⁴⁵ Erin Mizuta trabalhou no International Press em 2007. Antes disso, foi repórter do Jornal Tudo Bem e da revista Made in Japan em São Paulo.

⁴⁶ Ibid.

correspondentes, os veteranos acompanham os novatos nos primeiros contatos. É o tsukiai⁴⁸, algo como fazer companhia.

“O relacionamento entre jornalistas veteranos e novatos no *Jornal Tudo* é de ajuda. O jornalista que está de saída dá as dicas ao recém-chegado. Primeiro ele ensina, mostra como é morar no Japão, onde fazer compras, ir ao supermercado. O novato aprende isso com os companheiros de trabalho. Depois o veterano dá dicas sobre o exercício da profissão, apresenta as fontes pessoalmente, o que chamamos de tsukiai.” (Jhony Arai é diretor de redação do *Jornal Tudo Bem*)⁴⁹

2.5.1 Vestido para entrevistar

Outra recomendação, feita logo de início pelos jornalistas veteranos aos mais novos, é sobre o tipo de roupa adequado para encontrar-se com as fontes japonesas ou comparecer a coletivas. É recomendável o uso de terno e gravata para os homens e terno e saia para as mulheres. Sempre de cor escura: preto ou azul marinho. E camisa branca, porque o branco passa a impressão de higiene para os japoneses. Não se deve colocar nada dentro dos bolsos do paletó; a gravata deve ser discreta, os sapatos, pretos ou marrons, de couro, cabelos curtos, barba feita e evite usar perfume.

Para as mulheres, a saia deve ser na altura dos joelhos, a camisa branca ou de cor clara, fechada no pescoço de modo que não mostre um decote profundo. Usar meia calça sempre. Nas unhas, uma leve base e evitar perfume. A maquiagem está liberada, aliás, é raríssimo encontrar uma japonesa sem maquiagem nas ruas. Base, pó compacto ou uma base muito comum no Japão chamada Fondation, com protetor solar. Batom, rímel e blush devem ser leves. Se for usar colares e brincos é conveniente que sejam pequenos.

A roupa adequada é item importante no Japão, afinal ela diferencia grupos sociais e estilos de vida. Os funcionários de escritórios japoneses, por exemplo,

⁴⁷ *Ojigi*: cumprimento em forma de reverência.

⁴⁸ Tsukiai: fazer companhia no sentido de apresentar contatos ou conhecidos, relação entre pessoas.

⁴⁹ Jhony Arai trabalhou por quatro anos na redação do *Jornal Tudo Bem* em Tóquio. É autor dos livros *Viajantes do Sol Nascente* e *Arigatô: A Emocionante História dos Imigrantes Japoneses no Brasil*.

adotam sempre o mesmo tipo de roupa: terno preto ou azul marinho, sapato preto ou marrom em couro, camisa branca, colarinho impecável acompanhado de gravata idem, maleta ou bolsa de couro a tiracolo. Os jornalistas japoneses também adotam essa "roupa de escritório" nas redações.

Evidentemente, as fontes recebem e respondem as perguntas de pessoas que não estejam vestidas de acordo com a etiqueta japonesa, mas a diferença de tratamento existe.

“O jornalista precisa se vestir formalmente para ir aos órgãos públicos japoneses, chegar até um pouco antes da hora marcada e sempre marcar hora para fazer entrevista nesses locais. Depois, quando há oportunidade de almoço ou jantar, os funcionários desses órgãos conversam mais abertamente.” (Neide Hayama foi correspondente do Jornal Tudo Bem em Gunma)

“Na cidade de Toyota (província de Aichi), fui até a polícia local para apurar um caso. Nem me deram atenção. Até hoje não sei se foi por causa da grande concentração de brasileiros na região ou porque a cabeleireira havia errado no tom do meu cabelo e eu estava loira. Ou seja, estava com um visual perfeito para ‘furyo’ (rebelde). Sem contar que estava com trajes informais, pois era um sábado.” (Mami Yasunaga)

2.5.2 A linguagem polida

Caso o repórter não seja fluente em japonês - e principalmente desconheça as várias maneiras de se dirigir a uma pessoa: a forma polida, a forma coloquial e a forma honorífica (que usa expressões de respeito, utilizada para superiores e autoridades), é aconselhável ir para entrevistas com fontes japonesas acompanhado de um tradutor.

Durante a fala de uma pessoa, é comum os japoneses dizerem frases como "*hai*", "*soo desu ka*", "*naruhodo*" que significam "sim", "sei sei" e "entendo" respectivamente. Trata-se do *aizuchi*⁵⁰, demonstração de que a pessoa está

⁵⁰ *Aizuchi*: fazer uso de interjeições e de pequenos comentários enquanto ouve a fala de outra pessoa, para sinalizar que está acompanhando a conversa.

prestando atenção na conversa e não, como se poderia pensar, que o interlocutor está impaciente com a explicação.

“O trabalho no Japão me ensinou como conduzir uma entrevista de maneira mais gradativa, sem ser tão direta, principalmente se o entrevistado for japonês. Seguir certos ‘rituais’ para conseguir uma boa fonte japonesa. Mesmo alguns entrevistados brasileiros, que estão há muito tempo no Japão, acabaram adquirindo costumes japoneses. Falar, por exemplo, *onegaishimasu*⁵¹, faz grande diferença para pedir algo na entrevista.” (Neide Hayama)

Por conta da rigorosa etiqueta japonesa e da formalidade dos encontros, mesmo os de imprensa, o tempo precioso do repórter é reduzido para o trabalho efetivo de fazer a reportagem. Também é preciso uma maior preparação antes da coletiva, por exemplo, pensando-se o que vai vestir, como vai pentear ou maquiar, como vai cumprimentar e atenção para não perder o mapa, além de sair com antecedência da redação para não cometer a gafe imperdoável de chegar atrasado a um compromisso.

2.5.3 Uma cultura diferente

Além de assimilar as questões peculiares da etiqueta japonesa, o conhecimento dos costumes faz com que o jornalista desenvolva melhor o seu trabalho. Isso porque a sociedade japonesa possui alguns valores bastante diferentes dos valores ocidentais, que norteiam o modo brasileiro de se fazer jornalismo.

“Demonstrar respeito pelos costumes locais e procurar conhecê-los a fundo são tão importantes quanto ter boa apuração e bom texto. Em um ambiente diferente, estes são dois fatores que garantem a qualidade e a fidelidade do trabalho jornalístico.” (Sérgio Yamazaki foi repórter do *Jornal Tudo Bem* em Tóquio)

Nas entrevistas com japoneses, a maioria dos jornalistas brasileiros desse

levantamento se queixou da falta de objetividade e até "enrolação" para dar respostas. Essa indignação é comum no jornalismo ocidental, que valoriza a objetividade nas perguntas e nas respostas. Quanto mais claro e direto, melhor. Acontece que, no Japão, a imprecisão no falar faz parte da gentileza com que todos devem ser tratados. Em suma, a falta de objetividade é sinal de gentileza e educação. O próprio idioma japonês não é objetivo. Algumas palavras possuem mais de um significado e o japonês nunca é claro a ponto de dizer: "não vou responder a essa pergunta". Ele vai se esquivar com frases evasivas.

Uma das expressões mais usadas pelos japoneses, que mostra a indefinição, é *chotto*⁵². Trata-se de uma resposta negativa sem ser clara, que pode significar uma recusa. A modéstia japonesa também faz parte da cultura. Ao receber um elogio, é comum o japonês responder *ie, ie*⁵³. Mas é também uma resposta a agradecimentos.

Além disso, no Brasil costuma-se entrevistar a pessoa de maior cargo, o presidente de uma empresa, por exemplo, supondo que ele dirá as frases mais bombásticas e relevantes, enfim, o que vai ser notícia. No Japão, quanto maior o cargo de uma pessoa, menos ela dá declarações impactantes e dados técnicos sobre a empresa, falando apenas as linhas gerais de um projeto ou evento que vai se tornar notícia. Para saber detalhes, os jornalistas têm de consultar os assessores, os técnicos e os relações públicas.

"Os jornais japoneses não inovam, não ousam nem buscam sair da fórmula que seguem há tempos. Mesmo assim, alguns deles figuram entre os maiores do mundo. Aqui o jornalista não tem a posição de formador de opinião ou de condutor social. No Japão, o jornalista deve seguir a etiqueta local, não transpõe barreiras que um cidadão comum não pode passar. É uma visão diferente de jornalismo." (Luiz Fukushiro é repórter do jornal japonês *San-in Chuo Shinpo*)⁵⁴

⁵¹ *Onegaishimasu*: por favor.

⁵² *Chotto*: significa é, um pouco.

⁵³ *Ie, ie*: Não, não.

⁵⁴ O jornalista brasileiro Luiz Fukushiro é bolsista no Japão. Seu estágio é no jornal *San-in Chuo Shinpo*, um jornal regional de Shimane, província vizinha de Hiroshima. Antes de ir trabalhar no Japão, foi repórter do *Jornal Tudo Bem* em São Paulo.

A hierarquia está presente em toda a sociedade japonesa. Pessoas mais velhas são chamadas pelo sobrenome, acrescentando-se *san*⁵⁵ ao final, chefes são chamados pelos cargos (*sachou*⁵⁶, *buchoo*⁵⁷). Embora as empresas japonesas estejam se tornando mais competitivas e adotando valores ocidentais - como aumento de salário por produtividade - o tempo de serviço é um fator de peso na hierarquia de trabalho do país. Os mais velhos são valorizados e respeitados, mesmo que tenham menos estudo que os mais jovens. Os salários aumentam conforme os anos de trabalho. A empresa é a segunda casa e pega mal mudar de empresa em empresa.

"Em geral, os japoneses denominam a empresa onde trabalham de *uchi no kaisha*, ou seja, a minha empresa, com a mesma carga de "minha casa". Daí se entende a devoção dos japoneses à firma em que trabalham. É errado pensar que esse tipo de relacionamento tenha morrido no atual momento da economia do país. Ela ainda é a principal mola que impulsiona o capitalismo do Japão." (Nelson Watanabe, coordenador editorial do International Press)⁵⁸

⁵⁵ *San*: sufixo de tratamento da linguagem falada. É utilizado também para pessoas jovens, amigos e colegas.

⁵⁶ *Sachou*: presidente

⁵⁷ *Buchoo*: gerente geral

⁵⁸ Nelson Watanabe trabalhou no *Jornal Tudo Bem* em Tóquio e em São Paulo antes de retornar ao Japão como coordenador editorial do *International Press*.

CAPÍTULO 3

POR DENTRO DOS JORNAIS

3.1 O trabalho jornalístico

As análises de forma e conteúdo dos jornais *International Press* e *Tudo Bem* têm o objetivo de identificar os procedimentos utilizados pelos jornalistas para a execução de seu trabalho. Para efetuar as análises, serão tomados os conceitos do estudioso italiano Mauro Wolf (2003)⁵⁹, que explica a evolução das teorias sobre a comunicação. Antes, porém, cabe uma reflexão sobre o que é jornalismo, na definição de Marques de Melo⁶⁰, inspirado em Otto Groth:

[...] um processo social que se articula a partir da relação (periódica e oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (público/ receptor) através de canais de difusão (jornal, revista, rádio, TV, cinema, etc) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais e ideológicos). O fio de ligação entre emissor e receptor é o conjunto de fatos que vão acontecendo. O ponto de tensão entre ambos está na diferença entre o que a coletividade gostaria de conhecer e o que a instituição jornalística quer fazer saber. A garantia da relação social está em íntima dependência do equilíbrio que se estabelece entre os interesses da instituição e as expectativas da coletividade (MARQUES DE MELO, 1998, p.10).

O fazer jornalístico é um conjunto de etapas do processo noticioso, que envolve a captação, a edição e a distribuição das notícias. Nos jargões do jornalismo, esse processo tem início com a pauta, que define os temas que se transformarão em reportagens do periódico a ser publicado.

Durante a reunião para definir os assuntos do dia, a chamada reunião de pauta, as potenciais notícias que integrarão uma determinada edição do jornal são escolhidas, e define-se como se dará a sua cobertura, ou seja, como o jornalista vai transformar essa potencial notícia em matéria. O passo seguinte, após ser decidida a pauta, é

⁵⁹ Ibid.

iniciar a apuração, ou reportagem, um conjunto de providências necessárias à elaboração de uma matéria.

Os jornalistas chamam de apuração ou reportagem todas as ações destinadas à obtenção de material para a elaboração de uma matéria: levantamento, pesquisa, coleta e checagem de dados e informações, entrevistas individuais ou coletivas, recebimento de releases e press kits (kits contendo textos, fotos, credenciais e outros itens destinados à imprensa distribuídos em eventos ou enviados para as redações). Na apuração também se inclui a consulta a fontes, que são pessoas que o jornalista entra em contato para obter um parecer, declarações ou informações, que aparecerão identificadas ou não na reportagem.

Uma primeira definição de fonte identifica com esse termo todas "as pessoas que o jornalista observa ou entrevista [...] e as que fornecem apenas as informações de base ou as ocasiões para uma notícia [...] A característica mais saliente das fontes é que elas fornecem informações enquanto membros ou representantes de grupos (organizados ou não) de interesse ou de outros setores da sociedade. (GANS, 1979⁶¹, p. 80 apud WOLF, 2005, p.234)⁶²

Ao término da apuração, a matéria é produzida. No caso dos periódicos, impressos, é a hora de se escrever o que foi apurado. A edição é a etapa na qual as reportagens são reunidas, avaliadas em graus de relevância, tais como maior ou menor impacto sobre o leitor. Estabelece-se a hierarquia das notícias e sua disposição nas páginas de um periódico, com base em critérios próprios de cada redação.

Selecionar fatos, estabelecer uma hierarquia entre eles e conectá-los são as principais ações que envolvem o ato jornalístico da edição. Mais que aumentar ou cortar textos e dar títulos às reportagens, a edição é uma tarefa intelectual que está na essência de qualquer tarefa jornalística, e não uma técnica ou um conjunto de passos

⁶⁰ MARQUES DE MELO, José. *Teoria da comunicação: paradigmas latinoamericanos*. Petrópolis. Vozes, 1998.

⁶¹ GANS, H. *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nova York, Pantheon Books, 1979.

⁶² WOLF, Mauro. *Teoria das Comunicações de Massa*. São Paulo, Martins Fontes, 2005.

práticos (COELHO)⁶³

A edição é uma linha condutora e o editor normalmente está a par da orientação/linha editorial do jornal (a posição do jornal em relação a certas políticas, assuntos ou pessoas) a fim de fazê-la transparecer nas reportagens. Na edição também é definido o espaço e a diagramação de cada reportagem, ou seja, a disposição gráfica que ela ocupará na página do jornal. Após a edição, e efetuadas as correções ortográficas pertinentes, as páginas são enviadas à gráfica para impressão.

A explanação acima visa a familiarização com os jargões da produção jornalística. Os termos serão utilizados ao longo do trabalho uma vez que são de uso corrente de todos os jornalistas brasileiros entrevistados. Na prática, porém, cada atividade possui um alto grau de complexidade, e o jornalista é obrigado a fazer escolhas todo o tempo, como parte da própria produção de notícias.

3.2 Newsmaking, a produção de notícias

De acordo com Wolf, a produção de notícias (que o autor chama de newsmaking) resulta da articulação da cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho e processos de produção. Esses fatores definem um conjunto de critérios relativos ao grau de relevância entre os acontecimentos, que estabelecem a sua noticiabilidade.

Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2003, p. 196)

O grau de noticiabilidade dos acontecimentos é um dos fatores que definem a hierarquia das notícias nas páginas dos periódicos, ou mesmo se a notícia será publicada ou descartada. Essa avaliação do que é "mais ou menos notícia", é feita pelos jornalistas e está sujeita a variáveis culturais.

⁶³ COELHO SOBRINHO, José. Texto *A arena jornalística*, apresentado na Disciplina A Edição em Jornalismo

Tendo definido a noticiabilidade como o conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção de notícias, Wolf explica que os valores/notícia (news values) são um componente da noticiabilidade:

"Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de ser incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. Os valores notícia são, portanto, *regras práticas* que compreendem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalho redacional. Não é verdade [...] que estão além da compreensão dos jornalistas, que, por sua vez, não seriam capazes de articulá-los. Na realidade, os valores/notícia estão continuamente presentes nas interações cotidianas dos jornalistas em sua cooperação profissional. Mas ainda mais, eles constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos compartilhados a respeito da natureza e dos objetivos das notícias, referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários. Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. *Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluído* (Golding-Elliott⁶⁴, 1979, p.114 apud Wolf⁶⁵ p. 202,203, grifos do autor)

Atribuir valores às notícias é uma forma de rotinizar a produção. E os valores-notícia estão presentes ao longo de todos os processos de produção jornalística, da seleção dos acontecimentos à elaboração da informação jornalística e à edição. Quatro critérios designam os valores-notícia considerados pelos meios de comunicação: os caracteres substantivos das notícias; o seu *conteúdo*; a disponibilidade do material e os critérios relativos ao *produto* informativo; o *público*,

Impresso, 2005.

⁶⁴ GOLDING, P.; ELLIOT, P. *Making the News*, Londres, Longman, 1979.

⁶⁵ Ibid.

a *concorrência* (WOLF 2003, grifos do autor).

No presente trabalho, serão analisados os dois binários: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos de produção. As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central das pesquisas de comunicação. O objetivo é identificar as transformações pelas quais esses binários passam, transformações essas que caracterizam as mudanças no jornalismo brasileiro exercido no Japão.

De que forma um maior acultramento influencia na escolha dos acontecimentos considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia? Esta pergunta será um ponto importante da pesquisa para avaliar ao grau de assimilação da cultura nipônica pela qual passam os jornalistas brasileiros no Japão.

Para compreender melhor a influência da cultura e modo de vida nipônico na rotina dos jornalistas, terá prosseguimento a apresentação das respostas das entrevistas e questionários, sob o foco trabalho jornalístico.

3.3 Entrevistas e questionário com jornalistas brasileiros sobre o trabalho jornalístico e adaptação ao país

Os jornais brasileiros do Japão, na opinião dos jornalistas entrevistados, sofrem influência da mídia japonesa em todas as etapas do processo noticioso. Para 33,33% dos entrevistados, os jornais, revistas, TVs e sites japoneses influenciam razoavelmente a mídia brasileira no Japão com relação à pauta, modo de apuração, edição e publicação de notícias; 55,55% afirmam que os jornais, revistas, TVs e sites japoneses influenciam um pouco a mídia brasileira no Japão com relação à pauta, modo de apuração, edição e publicação de notícias; 5,56% disseram que os jornais, revistas, TVs e sites japoneses influenciam muito a mídia brasileira no Japão com relação à pauta, modo de apuração, edição e publicação de notícias; e outros 5,56% afirmaram que os jornais, revistas, TVs e sites japoneses não influenciam a mídia brasileira no Japão com relação à pauta, modo de apuração, edição e publicação de notícias.

Ao comparar o trabalho jornalístico realizado no Japão com o realizado no Brasil, 88,88% dos jornalistas entrevistados afirmaram que há diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias, e 11,12% disseram não haver qualquer diferença no modo de apuração, edição e veiculação de notícias dos dois países. Esses 88,88% são a somatória de 33,33% que disseram haver grandes diferenças; 33,33% que afirmaram haver pequenas diferenças; 16,66% que afirmaram haver razoáveis diferenças e 5,56% que disseram haver diferenças em apenas um ou dois processos jornalísticos.

Quanto à apuração enquanto processo de produção de notícias, a maioria dos entrevistados (88,88%) declarou haver diferença em relação ao trabalho de apuração realizado no Brasil. Destes 88,88%, 61,10% disseram que a apuração junto às fontes japonesas é bastante diferente da apuração no Brasil; 22,22% afirmaram que há pequenas diferenças da apuração no Brasil; 5,56% disseram que a apuração junto às fontes japonesas é totalmente diferente da apuração no Brasil. Do total, 11,12% afirmaram não haver diferença da apuração do Brasil.

No tocante às entrevistas coletivas promovidas por fontes japonesas, a maioria dos entrevistados, 55,55%, acham que elas são diferentes das coletivas brasileiras tanto na condução da coletiva quanto no comportamento dos repórteres; 27,77% acreditam que as entrevistas coletivas japonesas são em parte iguais às coletivas do Brasil. No caso, a condução da coletiva é semelhante à do Brasil, mas o comportamento dos jornalistas é diferente. Para 5,56%, as coletivas japonesas são exatamente iguais às coletivas do Brasil; e 11,12% não opinaram.

“O relacionamento entre jornalista e entrevistado é bem diferente. Há sempre um respeito mútuo, uma cordialidade (mesmo que seja aparente) em qualquer situação que seja. O entrevistado é sempre senhor, da mesma forma que o profissional de jornalismo será tratado. Assim, dificilmente haverá um "confronto" entre entrevistador e entrevistado, como acontece no Brasil. Nunca se verá, por exemplo, um presidente batendo na mesa com o punho fechado, como a principal marca de uma entrevista. Porém, ‘essa baixa temperatura’, vamos dizer assim, não implica na qualidade final. Um bom trabalho nem sempre significa bater de frente,

como às vezes imaginamos. Há sempre um outro caminho, que pode levar a um resultado ainda melhor.” (Nelson Watanabe)

“No Japão é importante respeitar os limites com o entrevistado, afinal distância entre repórter e entrevistado é muito grande.” (Marianne Nishihata)

“No Japão, o jornalista brasileiro precisa aprender um outro modo de dialogar com as fontes. No Brasil, entrevistados e assessores querem que a notícia saia. Aqui é diferente, pois você tem de brigar pela notícia já que a chamada *midia de kassegui* não é prioridade no país e há mais burocracia em geral.” (Paula Moura Carvalho é repórter do *International Press*)

A maior diferença é fora da redação, em campo. Ao sair da redação com a pauta, o repórter compreende que terá de se adaptar por estar em outro país, com um modo de vida bem diferente do brasileiro. No caso do jornalista que vai trabalhar no Japão, ele sofre influência do modo de trabalho japonês. De acordo com os jornalistas brasileiros entrevistados; 66,66% afirmam que os jornalistas brasileiros absorvem poucas características de trabalho jornalístico japonês; 27,78% disseram que os jornalistas brasileiros absorvem muitas características de trabalho jornalístico japonês; e 5,56% afirmam que os jornalistas brasileiros não absorvem características de trabalho jornalístico japonês.

Para a maioria dos jornalistas brasileiros que trabalham ou trabalharam no Japão, a adaptação ao país ajuda na realização do trabalho. Dos entrevistados, 66,66% afirmaram que a adaptação à cultura japonesa ajuda muito no exercício da atividade; 22,22% disseram que a adaptação à cultura japonesa é imprescindível para exercer a atividade; e 11,12% afirmaram que a adaptação à cultura japonesa ajuda um pouco no exercício da atividade.

Sobre a adaptação ao trabalho, a maioria dos jornalistas entrevistados, 77,76%, afirmaram que se adaptaram gradativamente e que o funcionamento do trabalho jornalístico é semelhante ao do Brasil, com algumas diferenças. 11,12% levaram meses para se adaptar. Para eles, o funcionamento do trabalho é razoavelmente diferente do Brasil, pois há grandes diferenças. Outros 11,12%

afirmaram ter-se adaptado imediatamente. Para eles, o funcionamento do trabalho jornalístico é igual ao do Brasil.

Para a realização de um bom trabalho jornalístico no Japão, os jornalistas entrevistados listaram as atribuições que um profissional de imprensa deve ter. Eles consideraram como itens mais importantes:

- 1º ter experiência como jornalista no Brasil (38,89%)
- 2º ser formado em jornalismo (33,33%)
- 3º conhecer a cultura e costumes japoneses (16,66%)
- 4º falar japonês (5,56%)
- 5º falar e escrever inglês (5,56%)

Sobre a distribuição de notícias nos jornais brasileiros destinados à comunidade no Japão, 50% dos entrevistados acreditam que os jornais brasileiros equilibram o noticiário com metade de notícias sobre o Brasil e metade sobre o Japão; 38,88% acham que os jornais veiculam mais notícias sobre o Japão e brasileiros no Japão e menos sobre o Brasil; 5,56% acham que os jornais veiculam mais notícias sobre o Brasil e menos notícias sobre o Japão e brasileiros no Japão; e 5,56% não opinaram.

Indagados sobre o interesse do leitor, 66,66% responderam que acham que o leitor tem maior interesse em notícias de sua comunidade e do Japão; 22,22% acreditam que o leitor tem igual interesse em notícias do Brasil, de sua comunidade e do Japão; 5,56% acham que o leitor tem maior interesse nas notícias do Brasil; e 5,56% não opinaram.

No referente à adaptação dos brasileiros ao Japão nos aspectos cultural, profissional, educacional e integração à sociedade, os entrevistados acham que os jornais desempenham um papel que consideram:

- Importante 50%
- Fundamental 22,22%
- Relativo 11,12%
- Pouco influente 16,66%

3.4 Análise das capas

As capas dos periódicos analisados refletem, por um lado, as opções dos editores-chefes, de acordo com a linha editorial da publicação, e por outro, as soluções gráficas adotadas pelos chefes de arte, em comum acordo com o editor, e também atendendo às especificidades da disposição dos jornais em seus pontos de venda.

No que diz respeito à diagramação do *Jornal Tudo Bem* e *International Press*, as diferenças em relação aos jornais brasileiros começam com o tamanho Standard das publicações. No Japão, os jornais Standard possuem 54,5 cm x 41 cm. No Brasil, o tamanho padrão do Standard é 55 cm x 29,7 cm, praticamente uma coluna menor que os jornais impressos no Japão. Os cadernos internos são tablóides e medem 41 cm x 27,2 cm, formato parecido com o berliner⁶⁶ (47 cm x 31,5 cm). É preciso destacar, também, a excelente qualidade das gráficas japonesas e do papel. A impressão é sempre impecável e o jornal, embora grande e difícil de ser manuseado, jamais suja as mãos do leitor.

De forma geral, os jornais *International Press* e *Tudo Bem* apresentam projetos gráficos distintos. Contudo, a disposição gráfica das capas é semelhante. Ambos os jornais optam na maioria das vezes por títulos em letras maiúsculas e bastante explicativos, um recurso que permite ao leitor identificar rapidamente do que se trata a reportagem e escolher se vai comprar ou não o jornal.

As principais chamadas estão sempre na parte superior, evitando-se especialmente que textos e fotos fiquem na dobra da metade do jornal. A preocupação é transmitir imediatamente a mensagem ao potencial leitor porque os jornais são vendidos em lojas e caminhões de produtos brasileiros, disputando a atenção do consumidor com itens alimentícios, de higiene e limpeza, roupas, livros e CDs, entre outros.

Nas lojas de produtos brasileiros, os jornais são colocados dobrados e empilhados em prateleiras, um ao lado do outro. Como só é possível ler de imediato

⁶⁶ Berliner ou Berlinense: formato de jornal um pouco maior que o tablóide, largamente utilizado na Europa.

a parte superior do jornal, que fica dobrado nas prateleiras, tanto *International Press* quanto o *Jornal Tudo Bem* concentram suas manchetes mais importantes na parte superior das capas, como se observa na figura 1.

Figura 1

“A disposição dos jornais e revistas nas lojas influencia diretamente na escolha do leitor. Enquanto as free paper⁶⁷ estão em primeiro plano, em destaque, os jornais estão mais longe, sempre perto do caixa, pois é preciso pagar por eles.” (Jhony Arai)

Como a prestação de serviços é enfatizada nos periódicos, nas capas dos jornais estão presentes a cada edição as cotações do dólar, iene e real, obtidas junto ao Banco do Brasil. São as moedas que fazem parte das transações financeiras efetuadas por todos os brasileiros residentes no Japão.

Quanto ao número de páginas e disposição de cadernos, o *International Press*

⁶⁷ Free papers: revistas em português de interesse geral ou temáticas distribuídas gratuitamente.

tem atualmente (outubro de 2008) três cadernos editoriais. A primeiro caderno, A, possui 12 páginas contendo: A1, capa; A2 página de editorial e opiniões e, da A3 a A12, editoria de Comunidade. O caderno de Esportes (B) é um tablóide de 16 páginas; e o Caderno C, de oito páginas, contém as editorias de Japão, Brasil e Internacional, além de reportagens de cultura, variedades e turismo. Há também o Caderno de Empregos e Classificados, tablóide, com oito páginas. Somados todos os cadernos o jornal tem 44 páginas.

O *Jornal Tudo Bem* possui três cadernos editoriais, sendo o primeiro caderno A, com A1, capa; A2, Últimas notícias, A3 a A8 editorias de Brasil, Japão e Mundo, totalizando 12 páginas. O Caderno de Comunidade é um tablóide de 12 páginas; e o Caderno de Esportes, C, possui oito páginas. O *Jornal Tudo Bem* não possui Caderno de Empregos e Classificados, sendo estes distribuídos ao longo do periódico. Somados todos os cadernos, o jornal tem 32 páginas.

No referente ao conteúdo, levando-se em conta a análise de 67 capas do *International Press* e 33 *Jornal Tudo Bem*, totalizando 100 edições, entre os anos de 2006 e 2008, verifica-se em ambos os jornais um direcionamento para produzir manchetes cujo enfoque é o mercado de trabalho, em um total de 33 manchetes. Em segundo lugar estão as manchetes de serviço (prevenção a terremotos, como tirar o visto permanente, como participar do seguro de saúde etc), somando 25 manchetes. Os crimes cometidos por integrantes da comunidade brasileira no Japão totalizam 24 manchetes e as manchetes positivas sobre a comunidade, notícias do Brasil e do Japão somam 18. Essas últimas são menos frequentes e só merecem destaque em casos de intensa repercussão nacional, como a reeleição do presidente Lula, por exemplo, ou se de alguma forma a notícia afeta a vida dos brasileiros no Japão, caso da situação de caos dos aeroportos no fim de 2007.

“No início do movimento de kassegui, o *Jornal Tudo Bem* era praticamente um guia de sobrevivência, que ensinava o básico aos seus leitores: desde como jogar lixo certo nos dias certos. A linha do jornal era de ajudar os brasileiros em seu dia-a-dia e trazer o Brasil para os brasileiros. E o que interessava aos brasileiros? O resultado dos jogos de futebol, a rodada do domingo, como estava a situação econômica do país, pois boa parte deles tinha deixado o país por conta do desemprego e de negócios

que faliram. Com o advento da internet, essas necessidades foram supridas por esse meio. Não era mais preciso esperar uma semana para saber um resultado de jogo de futebol, bastava um clique no mouse. Assim, o *Tudo Bem* mudou sua linha editorial e passou a centrar foco nos serviços. A fase mais recente do jornal dá destaque às notícias de brasileiros no Japão, uma comunidade que vem mudando de característica. Cada vez mais os brasileiros estão se fixando no país. Estão mais distantes do Brasil, com maior interesse nas notícias locais. Como eles ainda não se integraram definitivamente, têm interesse nas questões do Japão. E como a maioria não é fluente em japonês, acaba lendo as notícias em português." (Júlio Moreno)

3.4.1 Dekasseguês, a língua da comunidade

No tocante ao conteúdo, é preciso ressaltar que tanto nas manchetes quanto nas reportagens internas, observa-se o uso intenso de palavras japonesas aportuguesadas. Na comunidade, esse fenômeno é chamado de dekassequês, ou língua dos dekassequis. As palavras mais comuns são as ligadas ao ambiente de trabalho, como zangyo⁶⁸, yakin⁶⁹, bentô⁷⁰. Essas palavras se originam das palavras japonesas ditas em português, como keitai⁷¹ e hirukin⁷², das combinações entre japonês e português e de palavras de origem inglesa pronunciadas ao estilo dos japoneses, como kombini⁷³ e setto⁷⁴.

O mais curioso é que as palavras são incorporadas às frases com estrutura em português, resultando em uma linguagem compreensível somente para quem está familiarizado com o japonês. Exemplos: "Hoje estou muito tsukaretado⁷⁵"; "Isso aqui está bara-bara⁷⁶"; "Hoje o bentô está futsu⁷⁷"; "Ele gambateia direto⁷⁸".

⁶⁸ Zangyo: hora extra.

⁶⁹ Yakin: trabalho noturno.

⁷⁰ Bentô: marmita.

⁷¹ Keitai: telefone celular.

⁷² Hirukin: trabalho diurno.

⁷³ Kombini: do inglês convenience store, loja de conveniência.

⁷⁴ Setto: do inglês set, combinação, conjunto.

⁷⁵ Tsukaretado: palavra inexistente no idioma japonês, inventada pelos brasileiros a partir do japonês tsukareteiru, mais "do" da palavra cansado, em português..

⁷⁶ Bara bara: confusão em japonês.

⁷⁷ Futsu: simples, modesto em japonês.

⁷⁸ Gambatear: palavra inventada pelos brasileiros a partir do japonês gambatte, que quer dizer se esforçar.

O dekassegûs é utilizado dentro das fábricas por facilitar a comunicação entre os funcionários. Técnicas, procedimentos, máquinas e a própria divisão dos turnos de trabalho são faladas nesse misto de português e japonês, que demonstra a incorporação de aspectos da cultura japonesa.

3.5 Análise de conteúdo dos jornais *International Press* e *Tudo Bem*

As análises das reportagens publicadas no *International Press* e no *Jornal Tudo Bem* entre os anos de 2006, 2007 e 2008 não têm caráter comparativo entre si, mas em relação ao fazer jornalístico do Brasil, levando-se em conta os critérios de relevância, os valores/notícia de maior peso, o enfoque dado às matérias, o tratamento dispensado às fontes, a edição e a diagramação, visando entender como a reportagem foi feita e com que objetivo foi feita daquela maneira.

A proposta é ressaltar as semelhanças com a produção de uma mesma reportagem do tema no Brasil, e saber o que acontece editorialmente quando ela é produzida no Japão e destinada a um leitor brasileiro, que possui demandas diversas do leitor que vive no Brasil. A análise visa também identificar diferenças, aculturações, mudanças de linguagem, enfim, fatores que caracterizam transformações dos padrões dos jornalistas brasileiros que produziram, editaram e publicaram as reportagens.

De um total de 312 edições das duas publicações, que engloba o período de três anos do recorte espaço/tempo, de janeiro de 2006 a outubro de 2008, foram selecionadas 58 reportagens presentes em 18 edições. A escolha das reportagens se deu levando-se em conta os seguintes critérios:

1. Eventos de repercussão mundial, que possibilitam uma visão geral das escolhas de edição e diagramação. Nesse quesito, a cobertura escolhida foi das Olimpíadas de Pequim 2008 do *Jornal Tudo Bem*;
2. Eventos de repercussão no Brasil, que permitem comparações com as mesmas coberturas realizadas pela imprensa em território nacional. Dentre essas reportagens estão: desastre da TAM em 2007; eleições para presidente da República em 2006; e os carnavais de 2006, 2007 e 2008.

3. Eventos de grande repercussão da comunidade brasileira no Japão, que possibilitam o estudo de reportagens cotidianas de temática de kassegui. Exemplos: terremoto em Niigata; mudanças na obtenção do visto de trabalho, crise econômica japonesa e caso de agressão à modelo Nathália Hirano Mendes.

3.5.1 Evento de repercussão mundial

Olimpíadas de Pequim – Agosto de 2008

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edições 803, 804, 805 e 806

O *Jornal Tudo Bem* inicia sua cobertura das Olimpíadas de Pequim, na edição 803, de 2 a 8 de agosto de 2008. O especial “Pequim 2008” vem no Caderno C, o Caderno de Esportes de oito páginas do jornal. A primeira página, C1, e a última, C2, são coloridas. Sob o título “O show do esporte vai começar”, a matéria da C1 traz um panorama da participação brasileira, de página inteira, com 12 fotos.

Na página C2 está o perfil dos favoritos ao maior número de medalhas, Estados Unidos e China, e o Japão, com seus potenciais candidatos a medalhas, como o bicampeão olímpico no nado peito, Kosuke Kitajima.

O Japão não figura entre os 10 países que mais ganharam medalhas olímpicas em todos os tempos. Então, qual o motivo de o país ser destaque ao lado de Estados Unidos e China?

“A influência da mídia japonesa na pauta dos jornais brasileiros faz com que os repórteres, e especialmente, os editores, voltem sua atenção ao noticiário japonês impresso e sobretudo televisivo. Como muitos brasileiros possuem TV em casa e assistem canais japoneses, mesmo sem entenderem totalmente o que está sendo dito, eles, de certa forma, procuram ver as pessoas que viram no noticiário nas páginas de seu jornal brasileiro. Assim, o jornal funciona como um complemento da notícia que ele viu na TV mas pode não ter entendido do que se tratava” (Cláudia Emi)

A capa da edição 804, de 9 a 15 de agosto, dá destaque para o especial das Olimpíadas 2008 com três chamadas de capa para suas reportagens: C1 “As musas do Jogos” (sobre as atletas mais bonitas); C2 “Talento criado por de kasseguis”

(sobre um brasileiro que irá disputar os 400m com barreiras) e C3, “Estréia sem graça no futebol”, sobre a estréia da Seleção Brasileira de futebol.

A reportagem sobre o atleta criado por dekasseguis recebe o título de “Um salto para Pequim” na página C2. O autor é o correspondente em Tóquio Cesar Hirasaki, que conta em uma página inteira a história de Mahau Suguimati, nascido no Brasil, que foi viver no Japão ainda criança e está lá há 16 anos. O brasileiro certamente não era um dos favoritos à prova dos 400m com barreiras, mas sua história peculiar faria com que se tornasse reportagem não somente nos jornais brasileiros no Japão como também no Brasil. A questão aqui não é a relevância da notícia, mas o espaço dado a ela. Página inteira e cinco fotos mostram como é, para o *Jornal Tudo Bem*, um valor notícia altamente relevante o atleta possuir um vínculo tanto com o Brasil quanto com o Japão.

Na ed. 805, de 16 a 22 de agosto, o mundo já está em ritmo de Jogos Olímpicos, com disputas ocorrendo na maioria dos esportes. Novamente o caderno Olimpíadas 2008 está na capa do *Jornal Tudo Bem*, com duas chamadas: “Judô brasileiro fatura 3 medalhas”, C3, e “Cesar Cielo entre os nadadores mais rápidos”, C3.

Na página C2, o destaque é Michael Phelps, consagrado maior atleta da história dos Jogos. As duas matérias secundárias falam do Japão: “Kitajima é bicampeão”, sobre a medalha de ouro obtida pelo nadador japonês, e “Japoneses são atrações no tatame”, sobre as medalhas obtidas pelas equipes masculina e feminina de judô do Japão.

A página C3 traz em destaque o judô brasileiro, com as medalhas de bronze de Ketleyn Quadros, Leandro Guilherme e Tiago Camilo. Em reportagem secundária, a conquista da medalha de bronze de César Cielo nos 100m livre.

A ed. 806, de 23 a 29 de agosto, dá bastante destaque ao esporte, que divide espaço com a manchete da capa “Férias no Brasil: passagem aérea fica mais cara”. Ao lado, em letras menores, aparece a primeira chamada de esportes: “Brasileira

ganha ouro pelo Japão”, sobre a brasileira Mika Someya, que disputou as Olimpíadas de Pequim pela seleção japonesa de softbol e ganhou medalha de ouro.

Abaixo, vem a chamada que certamente seria manchete se o *Jornal Tudo Bem* fosse feito no Brasil: “César Cielo, o novo herói nacional”, sobre o nadador brasileiro que conquistou a medalha de ouro olímpica nos 50m livres. Por fim, a chamada “Seleção feminina luta, mas perde para os EUA”, sobre a derrota brasileira da seleção feminina de futebol.

Na abertura do Caderno de Esportes (C1), página colorida, está a vitória de César Cielo, até então a única medalha de ouro brasileira. Reportagem de meia página, com duas fotos grandes. Abaixo, seguem as reportagens: “Mulheres têm a 1ª medalha”, sobre a medalha de bronze das brasileiras Fernanda Oliveira e Isabel Sawn no iatismo; “Suguimati finaliza com destaque”, sobre a performance do brasileiro que vive no Japão Mahau Suguimati, que ficou em sétimo na semifinal dos 400m com barreiras; e “Haja fôlego, Okimoto”, sobre a participação da nadadora nikkei Poliana Okimoto na Maratona Aquática. A brasileira, mas não nikkei, Ana Cunha também disputou a Maratona Aquática e ficou em quinto lugar. No texto, ela mereceu duas linhas, contra sete linhas, uma foto, um título e um olho sobre Okimoto.

Os Jogos Olímpicos de Pequim também tiveram destaque na página C6, geralmente destinada a jogos locais e esportes praticados pela comunidade brasileira no Japão. A matéria principal da C6, “Pai de Danielli Yuri lamenta arbitragem dos Jogos”, é uma reportagem de meia página do correspondente em Shizuoka Alexandre Ezaki. Danielli integrou a equipe brasileira feminina de judô, mas mora na província japonesa de Shizuoka, e a família toda viajou para a China para vê-la competir. Na entrevista, o pai da atleta, Edson Barbosa, conta detalhes da luta e da viagem. Barbosa é judoca e tem uma academia em Hamamatsu, cidade com maior concentração de brasileiros de Shizuoka.

Para o jornal, esta aí a importância para dar destaque à matéria sobre a derrota na primeira luta de Danielli: além de ser brasileira e viver no Japão, ela é uma verdadeira integrante da comunidade, um apelo de brasilidade e de trajetória

dekassegui maior que o de Suguimati, que está totalmente inserido na sociedade japonesa e mal fala o português.

Para encerrar, em página colorida (C8), a reportagem de meia página e duas fotos sobre softbol “Brasileira é ouro junto à seleção do Japão” fala da conquista da medalha de ouro pela brasileira com dupla cidadania Mika Someya. Nascida em Atibaia, Mika, de 25 anos, vive há oito no Japão. Abaixo, na mesma C8, o iatismo medalha de prata de Robert Scheidt e Bruno Prada em “Dupla do iatismo é prata” e “Mais uma derrota para os EUA”, sobre a final olímpica do futebol feminino, na qual o Brasil ficou com a medalha de prata.

O especial do Caderno de Esportes da ed. 806 do *Jornal Tudo Bem* reúne diversas características relevantes sob o ponto de vista de reportagem e edição. Ele reúne oito atletas brasileiros distintos – Danielli Yuri, César Cielo, Mahau Suguimati, Mika Someya, Poliana Okimoto, Ana Cunha, a dupla Robert Scheidt e Bruno Prada e a seleção feminina de futebol – cujas reportagens refletem ângulos, enfoques e valores/notícia diversos. São todos atletas, são todos brasileiros, porém cada um é apresentado midiaticamente de uma forma para o público leitor do jornal.

As atletas com maior ligação com o Japão – Danielli Yuri e Mika Someya, tiveram maior espaço de texto e fotos, e as reportagens sobre elas foram as principais de cada página, sendo que a de Mika Someya foi colorida. César Cielo foi destaque por sua conquista, inédita até então para o Brasil. Suguimati teve mais espaço por ser nikkei do que o interesse que sua classificação poderia lhe dar. E, também por ser nikkei, Poliana Okimoto teve mais espaço no jornal do que Ana Cunha, ainda que esta tivesse obtido melhor classificação na prova que ambas disputaram. Entende-se daí que existe um valor notícia até então desconhecido no Brasil: ser nikkei, um diferencial importante na hierarquia das notícias. Scheidt e Prada, e o time feminino de futebol, ambos medalha de prata, tiveram o mesmo espaço, logo abaixo da brasileira do softbol.

3.5.2 Eventos de repercussão no Brasil

Desastre da TAM – Julho de 2007

Cobertura International Press

Edição 827

O maior desastre da história da aviação brasileira, o acidente com o voo 3054 da TAM ocorrido em julho em São Paulo foi capa da edição 827 (de 28 de julho de 2007) do *International Press*. A manchete “Ex-dekasseguis morrem no voo da TAM” indica a linha editorial seguida pelas matérias internas: o foco nas vítimas que pudessem gerar alguma identificação com a comunidade brasileira no Japão, o valor notícia ser dekassegui. No caso, essas vítimas eram uma família de ex-dekasseguis e mais oito nikkeis que morreram no desastre. No total, foram 199 mortos.

A matéria principal da página A5, editoria de Brasil, é: “Tragédia e caos aéreo no Brasil”, produzida internamente na redação, com a agência de notícias Reuters e Agência Estado. A cobertura se aprofunda no Caderno de Comunidade, cuja matéria principal é “Família morre em acidente da TAM”, uma reportagem de Flávio Nishimori, da redação do *International Press* em São Paulo.

Nishimori traz uma apuração exclusiva sobre a família de ex-dekasseguis que morreu no acidente da TAM, com fotos do orkut da família e depoimentos de familiares. Para complementar o enfoque das vítimas que podem gerar maior identificação com os leitores, a página contém um box com informações sobre todos os nikkeis que morreram no acidente, ex-dekasseguis ou não.

Na edição 829, de 11 de agosto de 2007, o *International Press* traz outra manchete sobre o acidente da TAM: “IML trocou corpo de ex-dekassegui vítima no maior acidente aéreo do Brasil”. Na parte de baixo da capa, outra chamada sobre o assunto: “Prédio da TAM foi implodido”.

A reportagem sobre a troca de corpos no IML é de Flávio Nishimori, da redação de São Paulo, e ocupa a primeira página do Caderno de Comunidade, C, com o título: “IML trocou corpo de ex-dekassegui morto no acidente da TAM”. A reportagem contém entrevista com familiares do ex-dekassegui Márcio Andrade, da cidade de Birigüi, interior de São Paulo. Na página A5, editoria Brasil, a matéria

“Prédio da TAM Express é implodido”, produzida com agência de notícias Reuters e Agestado ocupa meia página.

Com essas coberturas, nota-se que o *International Press*, a partir de uma pauta de interesse nacional e de repercussão mundial, focou as reportagens no que entende que seu público leitor tenha alguma identificação: a condição de nikkei de alguns passageiros, e mais ainda, o fato de uma família que foi dekassegui estar entre as vítimas.

Desastre da TAM – Julho de 2007

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 749

Na capa do *Jornal Tudo Bem*, edição 749, de 21 a 27 de julho de 2007, está uma das manchetes: “Uma tragédia anunciada”, ao lado de uma grande foto do desastre da TAM, o maior acidente aéreo do Brasil. Maior reportagem da edição, a cobertura do acidente da TAM é tema de duas páginas inteiras, A4 e A5, editoria de Brasil, e uma pequena matéria na A2, em Últimas (notícias).

Produzidas pela redação de São Paulo, a partir da edição de material das agências de notícias, as matérias exibem muitas fotos e dados sobre o acidente, abordam as investigações e são complementadas por um infográfico da Agência Estado sobre “Como foi a colisão”. Na lateral da página, acima, a matéria “Vítimas da tragédia”, sobre os nikkeis que estavam no voo. Mas não há informações sobre a família de ex-dekasseguis.

Um box dá a “Cronologia de acidentes na pista de Congonhas”. A reportagem do acidente da TAM também está na A2, como notícia “Problema pode estar, de novo, no reverso”, produzida pela redação do jornal em São Paulo.

Apesar de não trazer informações sobre a família de dekasseguis morta no acidente, e de as reportagens como um todo terem um foco mais geral, semelhante ao enfoque dado pelos jornais do Brasil ao acidente, nota-se a preocupação em ressaltar a notícia da morte dos nikkeis no alto da página A5.

O recurso de utilizar um repórter para dar prosseguimento à pauta dentro do enfoque específico dos jornais brasileiros no Japão (caso do repórter Flávio Nishimori na apuração do desastre da TAM do *International Press*) é utilizado freqüentemente pelo *International Press* e *Jornal Tudo Bem*, levando os profissionais das redações de São Paulo a participarem de eventos e coletivas onde participa a imprensa em geral, porém com pautas cujas abordagens são de interesse exclusivo da comunidade brasileira no Japão.

Reeleição de Lula – Novembro 2006

Cobertura International Press

Edição 789

Na edição 789, de 4 de novembro de 2006, o *International Press* traz a manchete principal: “Venda ilegal de remédios brasileiros”, sobre dois brasileiros suspeitos de venderem medicamentos trazidos do Brasil ao Japão sem autorização do Ministério de Saúde japonês. A manchete, de assunto de interesse da comunidade, tem maior destaque na capa. Ao seu lado, aparece a foto de Lula sob a bandeira do Brasil. A manchete é: “Lula é reeleito”, sobre a reeleição do presidente brasileiro.

A página A4, editoria de Brasil, foi totalmente destinada ao tema eleições no Brasil. A matéria principal, “Mais votos em Tokyo”, explicava que o número de eleitores que compareceram ao Consulado do Brasil na capital japonesa para votar no segundo turno foi maior que no primeiro turno, 157 brasileiros, contra 146 no primeiro turno. No Consulado de Nagoya, apenas 78 pessoas votaram, sendo que na região cerca de 110 mil pessoas estavam aptas para votar.

A reportagem de Júlio Caruso, repórter em Tóquio, com colaboração de Danilo Nuha, correspondente em Aichi, Mie e Shiga, sobre como foi a votação nos dois consulados tomou quase meia página, restando ¼ para matéria da Agência Estado e da Reuters sobre a eleição de Lula em si. Um gráfico com os nomes dos governadores eleitos e duas matérias menores, uma sobre a investigação da PF sobre o dossiê Vedoin (“PF tem 30 dias para concluir investigações”) e uma análise

sobre a configuração política na América Latina pós-eleição de Lula (“Liderança da América do Sul é desafio”) completam a cobertura das eleições.

Nesta edição, outra reportagem chama a atenção, pelo destaque dado a ela no Editorial. Trata-se da matéria “Muro criado por Bush vai separar EUA do México”, que aparece na capa do *International Press*. Na página interna A3, editoria Internacional, a reportagem “Bush autoriza muro”, produzida a partir da edição de material da agência de notícias EFE, fala da decisão do governo americano de autorizar a construção de um muro na fronteira com o México com o intuito de coibir a imigração ilegal. A matéria reflete o descontentamento do presidente mexicano, Vicente Fox, que tentou sem sucesso regularizar a situação de 5 milhões de mexicanos que vivem nos EUA.

A questão da imigração, da vivência em outro país e do convívio com as diferenças parece ter chamado a atenção do *International Press* porque em seu editorial “Todos temem seus vizinhos”, é dado espaço à reflexão sobre a globalização “países que fecham suas fronteiras com medo da invasão dos ‘bárbaros’”, em referência aos estrangeiros do Terceiro Mundo. A notícia sobre o Muro de Bush é a deixa para o editorial criticar a política de restrição à entrada de estrangeiros do Japão, inspirando-se em outros muros famosos, como o de Berlim e a muralha da China. A reeleição do presidente brasileiro é deixada de lado no editorial, dando lugar ao um tema mais diretamente ligado à vida dos brasileiros no Japão.

Ataques do PCC em São Paulo – Maio 2006

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 688

Na edição 688, de 20 a 26 de maio de 2006, a manchete é “Lei de trânsito fica mais rigorosa”, sobre o sistema de multas japonês, que ficou mais rígido e ganhou novos fiscais. Abaixo da manchete, com foto em destaque está: “São Paulo passa semana nas mãos do terror”, sobre os ataques do crime organizado a ônibus e delegacias entre os dias 12 e 18 de maio. Outra reportagem de destaque é “Aeroportos: Dekasseguis terão que deixar digitais”.

A cobertura dos ataques do crime organizado em São Paulo é baseada em agências de notícias ocupa a página A5 inteira, editoria de Brasil, e metade da página A2, Últimas (notícias). Com retrospecto do dia-a-dia dos ataques, fotos e box com reportagem sobre ataques no Paraná, Mato Grosso do Sul e interior paulista.

O direcionamento para a elaboração de um box com os Estados com o maior número de brasileiros dekassegus indica a preocupação em direcionar a pauta ao leitor brasileiro no Japão, ainda que ele não seja afetado diretamente por essa notícia.

Já a matéria “Aeroportos: Dekasseguis terão que deixar digitais” é de grande interesse da comunidade brasileira no Japão porque tem impacto direto em sua vida. A matéria sobre a decisão do governo japonês de autorizar a coleta de impressões digitais e fotografias de estrangeiros maiores de 16 anos que entram no Japão explica que a medida tem a finalidade de impedir a entrada de terroristas no país. No entanto, vai afetar os dekassegus com visto de longa permanência que passam pelos aeroportos. Reportagem produzida com informações da agência de notícias Kyodo, passou por edição focando a questão dos dekassegus para ter mais apelo junto aos brasileiros.

Carnavais – 2006, 2007 e 2008

Cobertura International Press e Jornal Tudo Bem

Edições 753 (International Press); 728 (Tudo Bem); 778 (Tudo Bem)

Carnaval 2006

Em sua edição 753, de 25 de fevereiro de 2006, o *International Press* tem como manchete: “Dekasseguis buscam renda extra”, sobre atividades informais que os brasileiros costumam fazer para complementar a renda. Ao lado da manchete, em foto grande, está a segunda manchete mais importante da edição: “Carnaval é mais que folia”, sobre os japoneses que adoram a festa brasileira e desfilam em escolas

de samba. A japonesa Yuka Sugiura foi escolhida símbolo do carnaval de Salvador 2006.

O carnaval brasileiro aparece como a segunda matéria mais relevante da edição. O enfoque da reportagem, no entanto, difere das coberturas de carnaval realizadas no Brasil. Enquanto os jornais do Brasil focam nos preparativos para os grandes desfiles, com suas musas fulgurantes e televisivas representando cada qual a sua escola, nessa matéria que antecede o carnaval, o *International Press* volta sua atenção para os japoneses que gostam do carnaval e, especialmente, Yuka Sugiura, japonesa eleita símbolo do carnaval de Salvador.

Passista renomada no Japão, onde já desfilou em escolas de samba, Yuka sempre foi notícia nos jornais brasileiros do Japão. Primeiro pelo fato de ser uma japonesa com samba no pé, depois por se casar com um capoeirista baiano e agora por ser eleita símbolo do carnaval de Salvador.

A reportagem sobre o carnaval é a capa do Caderno Mais (como era chamado à época o tablóide de 16 páginas com assuntos de variedades, cinema, celebridades, música, novelas etc). A chamada é: “Chegou o Kaanibaru! Conheça os japoneses que adoram o carnaval brasileiro e ficam ansiosos para fevereiro chegar”. Kaanibaru é a forma como os japoneses pronunciam a palavra carnaval, também bastante conhecida na comunidade brasileira no Japão. Trata-se de uma mais termo do chamado dekaseguês.

A reportagem de Raquel Marçal, com Lucila Kose, Thassia Ophata e Kelsen Sato, traz entrevistas com japoneses que vão passar ou já passaram carnaval no Brasil e uma entrevista especial com Yuka, japonesa que vive na Bahia com o marido, feita por Kelsen Sato, à época repórter do Nippo-Brasil em São Paulo.

Do factual do carnaval brasileiro, a reportagem dá a programação da TV (da Globo Internacional) para quem quiser acompanhar o desfile.

Mesmo com assuntos tipicamente brasileiros, as referências ao Japão, aos japoneses e brasileiros no Japão estão presentes, o que reflete uma orientação editorial que envolve a pauta, apuração e edição. A partir de um tema do Brasil, a

pauta foi orientada no sentido de ressaltar as referências nipônicas, a ligação dos japoneses com a festa brasileira e a personagem, já de conhecimento da comunidade brasileira no Japão.

Como valor/notícia ressalta-se a proximidade, identificação com o leitor, e também o intuito de trazer uma aproximação entre brasileiros e japoneses sob a bandeira de que ambos gostam do carnaval brasileiro.

O tema carnaval, também, é um chamariz de brasilidade, que o leitor evoca em sua auto-afirmação no Japão. Porque, embora ele esteja no arquipélago, não está inserido na sociedade japonesa como cidadão. É apenas um trabalhador em um país com falta de mão-de-obra.

Carnaval 2007

O *Jornal Tudo Bem* de 24 de fevereiro a 2 de março, edição 728, tem como manchete: “Seu salário: mudanças no Shakai Hoken afetam dekasseguis”, sobre a tendência de aumento do número de inscritos no maior seguro japonês, o que faz com que brasileiros escolham entre ganhar menos, desistir do seguro ou mudar de emprego.

A ed.728 do periódico anuncia, com foto na capa, as vencedoras dos carnavais do Rio de Janeiro e de São Paulo. A chamada, “Carnaval: Mocidade e Beija Flor festejam vitória”, não era um dos principais destaques da edição e se localiza na parte de baixo da página, com foto recortada, ressaltando os atributos físicos da passista Nani Moreira, a rainha da bateria da Mocidade Alegre.

Na reportagem interna, à página A3, editoria de Brasil, o carnaval ocupa meia página. O título é “Mocidade Alegre e Beija-Flor comemoram o título”. O texto é das agências de notícias relatando o factual dos desfiles no Rio de Janeiro e em São Paulo, acompanhado de duas fotos da Beija-Flor e três da Mocidade Alegre.

A matéria não difere em basicamente nada das reportagens publicadas em diversos jornais do Brasil, a ser pelo fato de ter sido dado mais destaque, no texto e

em fotos, para a escola de samba Mocidade Alegre, o que só se justifica pelo fato de haver mais nikkeis paulistas do que cariocas no Japão. Ou da redação ser composta apenas por jornalistas de São Paulo à época.

Carnaval 2008

Na edição 778 do *Jornal Tudo Bem*, de 9 a 15 de fevereiro de 2008, a manchete é “Como ganhar restituição do imposto de renda japonês”, sobre o início da entrega da declaração do imposto de renda japonês. A matéria informa quais gastos podem ser restituídos e como solicitar a devolução.

Em 2008, a manchete: “Carnaval 2008 Centenário da Imigração na Avenida” está na parte de cima da primeira página em local de destaque, com fotos de duas musas nikkeis da folia: a mestiça Sabrina Sato, e a japonesa Yuka-chan, que desfilou pela Unidos da Vila Maria. O maior destaque dado ao carnaval de 2008 na capa se deve ao fato de ser o ano do Centenário da Imigração Japonesa ao Brasil, como se lê na matéria da página A3.

Na reportagem de meia página da A3, editoria de Brasil, o material vindo de agências de notícias foi todo editado sob o enfoque imigração japonesa. A reportagem: “Imigração japonesa brilha na avenida do samba” fala da Unidos da Vila Maria, que desfilou em São Paulo e ficou em terceiro lugar, e a Porto da Pedra, que homenageou símbolos da cultura nipônica na Sapucaí, ficou em penúltimo lugar e foi rebaixada para o Grupo de Acesso.

A matéria contém três fotos da Unidos da Vila Maria e duas da Porto da Pedra. Só se sabe do resultado dos desfiles lendo um pequeno box, abaixo das fotos, que indica as campeãs dos dois Estados, quem desceu para o Grupo de Acesso e quem subiu para a Grupo Especial.

O carnaval ocupa também a página Gente (B3), do caderno B (tablóide de 16 páginas com matéria da comunidade brasileira no Japão e variedades), sob o enfoque celebridades que desfilaram: Juliana Paes, Grazi Massafera, Luiza Brunet, Sabrina Sato e Viviane Araújo. E ainda uma nota sobre Claudia Leitte no carnaval de Salvador.

A cobertura enfatizou os desfiles com inspiração no Centenário da Imigração japonesa ao Brasil, e deu destaque a uma escola que ficou em terceiro lugar em São Paulo e uma escola que foi rebaixada, no Rio de Janeiro.

A presença nikkei nos desfiles carnavalescos sempre existiu, mas em número reduzido em relação ao contingente que desembarcou na Sapucaí e no Sambódromo por conta dos enredos temáticos da imigração este ano. Entende-se que a orientação editorial tenha sido no sentido de buscar a proximidade como leitor pelo fato de, pela primeira vez os nikkeis estarem sendo os protagonistas desta festa brasileira.

Para o jornal, esse é o enfoque desejado pelo público leitor, que tem parentes no Brasil e não raro conhece alguém que desfilou, ex-dekassegui, ou um dekassegui que está em férias no Brasil. Assim, em um ano em que a comunidade nipo-brasileira festejou praticamente todos os meses, não poderia ser diferente no carnaval, na ótica dos editores do *Jornal Tudo Bem*.

3.5.3 Eventos de repercussão da comunidade brasileira no Japão

Terremoto em Niigata – Julho 2007

Cobertura International Press

Edição: 827

No *International Press* de 28 de julho de 2007, edição 827, a manchete é “Ex-dekassegui morrem no vôo da TAM”, sobre uma família de ex-dekassegui e mais oito nikkeis que morreram no desastre. Com menos destaque na capa aparece a chamada: “Terremoto: Fábricas dão folga aos brasileiros”, sobre o terremoto de 6,8 graus na escala Richter ocorrido na província de Niigata. O terremoto matou 10 pessoas, feriu 1.283 de acordo com o governo de Niigata.

Em página colorida, A8, editoria de Japão, uma matéria pequena, acima da matéria principal indica o maior foco de interesse dos brasileiros com o terremoto: “Indústria automobilística suspende produção”, sobre as decisões de Toyota, Nissan, Suzuki e Mitsubishi de suspenderem por alguns dias a produção uma vez

que as indústrias de um fornecedor de autopeças, a Riken, foram afetadas pelo terremoto.

A matéria principal da A8 é: “Após o terremoto...”, que ressalta a preocupação com um vazamento radioativo decorrente dos tremores na usina de Kashiwazaki-Kariwa, maior instalação nuclear do mundo por capacidade de produção. A cidade de Kashiwazaki foi a mais afetada pelo tremor. A matéria é da redação em Tóquio com agência EFE.

Em outra reportagem, o tema terremoto foca diretamente o trabalhador brasileiro no Japão. Na primeira página de Comunidade, C1, a matéria “Terremoto: fábricas dão folga aos brasileiros”, de Kelsen Sato e Thassia Ophata, com redação de Tóquio, explica as consequências da paralisação das montadoras de automóveis e traz entrevistas com brasileiros de diversas províncias que receberam folgas não remuneradas.

Na página C3, uma matéria de mais de uma página, “Cuidados essenciais em caso de terremoto”, de Kelsen Sato, correspondente em Gifu, explica as recomendações e prevenções, indica centros de treinamento contra terremotos e traz um box com o kit de emergência. Típica matéria de serviço dada periodicamente, mas enfatizada quando ocorrem terremotos de maior intensidade ou são divulgadas pelo governo japonês as previsões do Centro de Prevenções contra Desastres.

Terremoto em Niigata – Julho 2007

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 749

A edição 749, de 21 a 27 de julho de 2007, do *Jornal Tudo Bem* tem como manchete: “Brasileiros atingidos: Após tremor, produção de carros pára no Japão”, sobre as consequências do terremoto de Niigata, a situação dos brasileiros da província e o trabalho nas montadoras automobilísticas. Ao lado, com foto destacada “Uma tragédia anunciada”, sobre o desastre da TAM, o maior acidente aéreo do Brasil.

A cobertura do terremoto de Niigata se desdobra em três reportagens. Na página A2, Últimas (notícias), os correspondentes de Aichi, Gunma e Hamamatsu enviam seus relatórios sobre o impacto do terremoto no trabalho dos brasileiros. A redação final é da editora Cláudia Emi que, em Tóquio ainda conta com apurações de tradutores e repórteres que buscam em agências de notícias e jornais japoneses (*Nihon Keizai Shimbun* e *The Japan Times*) mais dados que possam interessar aos trabalhadores brasileiros. Entrevistas com representantes de empreiteiras falam das perspectivas de trabalho. Um quadro exhibe as montadoras afetadas e as cidades onde haverá paralisação do trabalho.

Na página A7 a reportagem de destaque é “Terremoto mata 10 e desabriga 12 mil” sobre o tremor de 6,8 na escala Richter em Niigata. A reportagem conta com agências de notícias, *Yomiuri Shimbun*, Reuters, o gráfico “Tremores em Niigata”, da Agência Graffo, e o quadro “A destruição em números”. Abaixo, uma matéria menor sobre a radiação, “Radiação vaza de usina nuclear”.

No caderno de Comunidade, página B3, reportagem dos correspondentes retrata o drama dos brasileiros de Niigata contando o medo e desespero por conta do tremor, que também foi sentido pelos moradores da província vizinha, Nagano.

Agressão a modelo – Agosto 2007

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 751

O *Jornal Tudo Bem* de 4 a 10 de agosto de 2007, edição 751, tem como manchete “Nathália, vencedora do Top Model Japan, é raptada e torturada”, sobre a modelo que venceu o concurso Top Model Japan, que foi vítima de uma falsa proposta de trabalho. Ela foi espancada e fotos dela desacordada foram enviadas pelo celular aos seus pais e amigos. Também na capa está a chamada: “Premiado: Imigração dá visto especial para brasileiro ilegal”.

A manchete da edição está na página B3 do caderno de Comunidade: “Modelo é raptada e espancada em Gifu”. Nas semanas anteriores, o famoso

concurso Top Model Japan foi realizado e contou com ampla divulgação na mídia impressa e Internet. Dezesesseis dias depois do evento, a modelo Nathália Hirano Mendes volta às páginas dos jornais por ter sido vítima de uma falsa promessa de trabalho. O espancamento e a divulgação das imagens dela enviadas pelos torturadores por meio do próprio celular da modelo causaram choque na comunidade, especialmente na província de Gifu. Para fazer a reportagem, o Jornal Tudo Bem destacou o jornalista Gilberto Yoshinaga, correspondente em Aichi, que entrevistou a modelo, seu pai e a organizadora do concurso. Além de contar detalhadamente o caso, um box foi publicado com entrevista da organizadora dando alertas para as moças checarem as propostas de trabalho e não caírem nas mãos de criminosos.

No Caderno de Comunidade, página B2, a matéria principal é “Brasileiro ilegal consegue visto especial”, com apuração da redação em Tóquio e jornais japoneses, como o *Nishi Nihon Shimbun*. Conta em detalhes a história de um brasileiro de 44 anos que foi preso por estar ilegal mas que recebeu um favorecimento do governo japonês porque não poderia ser deportado ao Brasil. Ele não tinha mais família no Brasil e chegou ao Japão em 1971, trazido pelos avós. Nem sabia mais falar português.

Os jornais japoneses mantiveram seu nome em sigilo e não publicaram fotos, medida também adotada pelo jornal brasileiro. A riqueza de detalhes da reportagem nos faz crer que o jornal tinha acesso às informações e, sabendo onde o brasileiro estava localizado, poderia tentar fotos ou entrevista. Mas essas iniciativas não ocorreram. No caso, a polícia japonesa e a imprensa trataram o brasileiro como se fosse um cidadão japonês que estivesse sob suspeita, não revelando nomes nem permitindo a publicação de fotos.

Agressão a modelo – Agosto 2007

Cobertura International Press

Edição 829

Na edição 829, de 11 de agosto de 2007, o *International Press* traz a manchete: “Polícia investiga agressões a modelo”, sobre o seqüestro e espancamento da modelo Nathália Hirano Mendes em Gifu.

Para a cobertura do caso, a correspondente de Gifu e Shiga, Kelsen Sato, deslocou-se para Kakamigahara a fim de acompanhar as investigações. A matéria conta com entrevista da modelo e seu pai. O porta-voz da delegacia de Kakamigahara afirmou à reportagem que não era possível dar qualquer informação para não atrapalhar o andamento das investigações. O celular da modelo, do qual foram enviadas as fotos, ficou apreendido na delegacia. Um casal de brasileiros que socorreu Nathália deu entrevista porém não foi fotografado nem identificado por temer represálias. A matéria não traz as fotos tiradas do celular.

Pode-se identificar um procedimento comum à polícia japonesa que é permitir o acesso da imprensa apenas aos dados que não comprometam as investigações. Nomes e fotos de suspeitos não são fornecidos.

Dekasseguis falsos – Março 2007

Cobertura International Press

Edição 810

A edição 810, de 31 de março de 2007, do *International Press* tem como manchete “Quadrilha envia falsos dekassegus ao Japão, sobre uma quadrilha que falsificava documentos para pessoas não-nikkeis que queriam trabalhar no Japão. Em destaque estão a foto de uma casa desabada e a chamada: “6,9 graus! O assunto é o terremoto de 6,9 graus na região de Hokuriko, a segunda matéria em importância na edição.

Principal matéria da página C3, do Caderno de Comunidade, a reportagem “Presa quadrilha de falsificadores” foi apurada no Brasil, com agências de notícias. O tema mereceu atenção no editorial “Dekassegui bicão”, que critica a ousadia dos criminosos e o despreparo das autoridades nipônicas. “A mesma vontade que têm de vencer nos Estados Unidos, esses falsos *nikkeis* possuem de fazer dinheiro no Japão” diz o editorial, que pede uma revisão da política migratória do Japão.

A segunda reportagem de destaque na capa é “6,9 graus”, sobre o terremoto de 6,9 graus na região de Hokuriko, onde se localiza a província de Ishikawa. A reportagem continha informações de agências noticiosas e jornais locais, uma grande foto e um mapa localizando o epicentro do tremor. Foram entrevistados brasileiros residentes em Komatsu, a cidade da província de Ishikawa com maior concentração de brasileiros (988, à época da reportagem), em Kanazawa, a capital da província, e em Echizen, cidade da província vizinha, Fukui. A matéria com os depoimentos dos brasileiros, embora pequena, ganhou destaque ao ser colocada na parte superior da página, acima da matéria principal sobre o terremoto.

Caso típico em que a edição decide a localização da matéria em função de sua importância. Não havia fotos e certamente as entrevistas foram feitas por telefone ou email, mas a relevância de se ter depoimentos de brasileiros próximos ao epicentro de um terremoto de grande magnitude valorizou a página e mereceu chamada na capa.

Dekasseguis falsos – Março 2007

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 732

O *Jornal Tudo Bem* de 24 a 30 de março de 2007, edição 732, tem como manchete: “Preso bando que ‘fabricava’ dekassegus”, sobre uma quadrilha que falsificava documentos de brasileiros para que pudessem ir ao Japão ilegalmente.

Há ainda uma manchete de menor destaque, “No Brasil: Ex-dekassegui acusado de roubo comete suicídio”.

Apurada pela redação de São Paulo, com agências de notícias, a matéria “Quadrilha criava ‘falsos nikkeis’” ocupa meia página da A2, Últimas (notícias) e conta detalhadamente como o bando adulterava certidões de nascimento e casamentos para que os falsos nikkeis pudessem entrar no Japão. Traz foto da quadrilha e um box sobre como agiam.

Na página A3, editoria de Brasil, a matéria “nikkei acusado de roubo se suicida” é o destaque da A3, tem quase meia página, com uma foto. Nascido em uma tradicional família japonesa, o ex-dekassegui Willians Yuzu Nishikara decidiu cometer suicídio por não suportar a vergonha pela prisão preventiva que foi decretada a ele por roubo de veículos. Histórias de ex-dekasseguis são atraentes aos que estão no Japão. Essa, no caso, trata de suicídio, uma forma bem japonesa de se lidar com o fracasso, o que traz um apelo ainda maior ao leitor.

Renda extra – Fevereiro 2006

Cobertura International Press

Edição 753

Na edição 753 do *International Press*, de 25 de fevereiro de 2006, a manchete principal é: “Dekasseguis buscam renda extra”, sobre as atividades informais que os brasileiros costumam fazer para complementar a renda.

Também são destaques da edição: “Pena de morte: Brasileiro condenado na Indonésia pede nova clemência”; “Horário de verão: diferença entre Japão e Brasil volta a ser de 12 horas”; “Declaração de porte de valores deverá ser feita pela Internet” e “Receita Federal suspende mais de 7,4 milhões de CPFs”.

Há uma preocupação editorial em sempre colocar na capa do jornal uma manchete relativa a emprego, renda, dinheiro ou situação econômica do Japão. O público leitor veio ao país a trabalho e, para buscar salários cada vez mais altos, ou horas extras, consulta os jornais.

A matéria “Pena de morte: Brasileiro condenado na Indonésia pede nova clemência” não é a principal da página A4, editoria de Brasil. A matéria foi feita a partir de informações de São Paulo, e se transformou em chamada de capa devido à proximidade da Indonésia com o Japão. A Indonésia é um destino turístico famoso entre os japoneses e, com o movimento dekassegui, também popular entre os brasileiros no Japão. Em especial a ilha de Bali. Há até guias que falam português para levar os brasileiros aos passeios.

As reportagens “Receita Federal suspende mais de 7,4 milhões de CPFs”; “Declaração de porte de valores deverá ser feita pela Internet” e “Horário de verão: diferença entre Japão e Brasil volta a ser de 12 horas” são matérias pequenas, porém de grande interesse do leitor que viaja ou mantém contato com o Brasil freqüentemente.

As três matérias estão na página A5, na parte inferior da página e sem muito destaque. Os CPFs cancelados são de quem não entregou declaração de IR. No Japão, à época, os brasileiros tinham de fazer a Declaração de Isento. Caso não fizessem teriam o CPF cancelado. A matéria sobre a declaração de porte de valores pela Internet influencia diretamente a vida de quem vai voltar ao Brasil levando dinheiro. E o anúncio do fim do horário de verão no Brasil é importante para os brasileiros no Japão que fazem telefonemas ao país.

Ressalta-se que, embora sejam três reportagens sobre fatos acontecidos no Brasil, foram escolhidas como chamadas de capa da edição por afetarem diretamente a vida do brasileiro no Japão. No Brasil talvez tivessem menos destaque.

Remessa ilegal – Janeiro de 2006

Cobertura Jornal Tudo Bem

Edição 671

No *Jornal Tudo Bem* de 21 a 27 de janeiro de 2006, edição 671, a manchete é: “Brasileiros são presos por remessa ilegal”, sobre brasileiros que trabalham em uma agência de viagens de Shizuoka, que foram presos por fazer remessa ilegal de dinheiro ao Brasil. O valor da remessa pode chegar a 1 bilhão de ienes.

Outros destaques da edição: “Sua casa é segura? Faça o teste”, sobre como saber se a sua casa vai desabar em caso de terremoto; “Justiça: assassino de família de dekasseguis é condenado a 165 anos” e “Imigração: Novas concessões de visto permanente ficam mais lentas e difíceis”.

A manchete da capa é a principal matéria da página B3, Caderno de Comunidade, feita pela sucursal de Shizuoka. O repórter Claudio Endo obteve os dados junto à polícia de Toyama, com fontes próximas ao casal dono da agência de viagens e por consulta a reportagens do *Yomiuri Shimbun*. A matéria foi publicada em meia página, com foto de arquivo do casal, que está preso, juntamente com mais dois funcionários.

Normalmente os jornais japoneses dão quase nenhum destaque aos acontecimentos envolvendo a comunidade brasileira no Japão. Nas poucas vezes que isso ocorre, em geral são reportagens como a do *Yomiuri Shimbun*, sobre crimes cometidos contra japoneses. No caso, crime cometido pelos donos da agência de viagens é conhecido no Japão como *chika ginko*⁷⁹.

"A maior parte da cobertura dos jornais japoneses é sobre assuntos nacionais. Em segundo lugar, vêm notícias dos Estado Unidos e depois Comunidade Européia. Não há destaque para as notícias de estrangeiros ou brasileiros no Japão. Os jornais japoneses só voltam sua atenção para os estrangeiros que vivem no país quando ocorre um crime envolvendo estrangeiros, ou fato que tenha chocado a sociedade japonesa." (Norie Watanabe, jornalista japonesa)⁸⁰

Outro destaque da edição é a reportagem "Sua casa é segura? Faça o teste". A partir de matéria publicada no *Nihon Keizai Shimbun*, a reportagem alerta para o perigo de casas mal construídas, sem as condições básicas de segurança. Um teste contendo 10 questões e um box sobre os cuidados antes de comprar um imóvel completam a página.

Periodicamente, os jornais brasileiros no Japão costumam publicar esse tipo de reportagem com a tônica da prestação de serviços. Às vezes usa-se um gancho, como no caso da matéria publicada no jornal japonês. Outras vezes, aproveita-se a data do Dia Nacional de Prevenção de Acidentes e Desastres para veicular reportagens com esse enfoque.

⁷⁹ Chika ginko: banco clandestino.

A reportagem “Justiça: assassino de família de dekasseguis é condenado a 165 anos”, sobre um crime ocorrido em setembro de 2005, teve grande repercussão na comunidade brasileira no Japão pois se tratava do assassinato de uma família de dekasseguis recém-chegados ao Brasil. O assassino sabia que a família ia chegar do Japão com dólares, torturou e matou cinco pessoas de uma mesma família.

A apuração foi da redação em São Paulo, que é orientada a acompanhar as notícias de casos semelhantes que estejam tramitando na Justiça ou estejam em fase de investigação policial. Essas notícias também costumam ser cobertas por agências como a Agência Estado, fazendo parte do noticiário de inúmeros jornais do Brasil.

A diferença em relação à apuração das redações dos jornais brasileiros no Japão e dos jornais do Brasil, é que a imprensa de kassegui irá procurar um maior aprofundamento e riqueza de detalhes, alertando também os leitores para os perigos de retornar ao Brasil com grande quantidade de dinheiro em malas e bolsas.

A reportagem “Imigração: Novas concessões de visto permanente ficam mais lentas e difíceis”, é um exemplo típico de matéria de serviços bastante presente nas páginas dos jornais brasileiros no Japão. A apuração foi totalmente feita no Japão pelo correspondente do *Tudo Bem* em Shizuoka, Claudio Endo, fluente em japonês e há mais de 15 anos no país. Com bom trânsito nos órgãos japoneses, Endo teve facilidade em obter as informações sobre imigração, indo além da leitura dos jornais japoneses. A matéria explica como requerer o visto permanente e seus benefícios.

"Cada vez mais, assuntos relacionados ao dia-a-dia, à permanência no país são importantes. Assuntos do Brasil que podem afetá-los diretamente também são relevantes, por exemplo, previdência, greve dos Correios, economia, planos econômicos. Dentre os assuntos relacionados ao Japão, visto e imigração sempre merecem destaque." (Jhony Arai é diretor de redação do Jornal Tudo Bem)⁸¹

⁸⁰ Norie Watanabe atualmente é repórter do *Jornal do Nikkei* em São Paulo. No Japão, trabalhou no *Asahi Shimbun* em Tóquio.

⁸¹ Jhony Arai trabalhou por quatro anos na redação do *Jornal Tudo Bem* em Tóquio. É autor dos livros *Viajantes do Sol Nascente* e *Arigatô: A Emocionante História dos Imigrantes Japoneses no Brasil*.

3.6 Pesquisa com leitores

A fim de compreender melhor as demandas do público leitor, foi realizada uma pesquisa qualitativa com leitores de jornais brasileiros. O objetivo foi obter opiniões relacionadas aos dois principais jornais em português de circulação no arquipélago: *International Press* e *Jornal Tudo Bem*.

O período da pesquisa é de 15 de abril de 2005 a 9 de março de 2006, abrangendo um universo de leitores com 18 anos ou mais de idade, que lêem os jornais brasileiros publicados no Japão.

A amostra representativa do universo compreende 600 pessoas entrevistadas e foi elaborada em cotas proporcionais em função das variáveis: sexo, idade, localização geográfica e quantidade de brasileiros por província.

O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 4 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra. As entrevistas foram realizadas com a utilização de um questionário estruturado, em locais de grande fluxo de brasileiros.

Além da divisão por idade e sexo, foram levados em conta o grau de instrução (de Ensino Fundamental incompleto a Superior completo), a divisão geográfica por províncias, a renda mensal familiar (de menos de 180 mil ienes até mais de 700 mil ienes), a condição de atividade (economicamente ativo ou não-economicamente ativo), a ocupação (trabalhador de fábrica, do setor de serviços, comércio, empreiteira, conta própria, empresário e outros).

Das 47 províncias japonesas, a pesquisa levantou dados em 18, a saber:

Região de Kanto: Chiba, Gunma, Ibaraki, Kanagawa, Saitama, Tochigi e Tokyo.

Região de Chubu: Aichi, Fukui, Gifu, Ishikawa, Nagano, Shizuoka, Toyama e Yamanashi.

Região de Kinki: Mie, Osaka e Shiga.

O número de entrevistas por província encontra-se na tabela 1.

Tabela 1

Disposição das entrevistas por província:		
Província	entrevistas	%
	600	100
Aichi	122	20,3
Chiba	23	3,8
Fukui	14	2,3
Gifu	35	5,8
Gunma	58	9,7
Ibaraki	27	4,5
Ishikawa	9	1,5
Kanagawa	35	5,8
Mie	39	6,5
Nagano	29	4,8
Osaka	11	1,8
Saitama	31	5,2
Shiga	23	3,8
Shizuoka	85	14,2
Tochigi	22	3,7
Tokyo	15	2,5
Toyama	11	1,8
Yamanashi	11	1,8

Do contingente de entrevistados, todos são brasileiros, têm 18 anos ou mais e são leitores dos jornais brasileiros no Japão. Os homens representam 56,7% e as mulheres 43,3%. Os maiores públicos situam entre as faixas etárias de: até 29 anos (40,8%); de 30 a 49 anos (46,7%) e acima de 50 anos (12,5%).

Quanto ao grau de instrução, os entrevistados com Ensino Médio incompleto somam 38,8%, Ensino Médio completo e Superior incompleto somam 43,3%, e Superior completo somam 17,2%.

A renda mensal familiar predominante é de 250.001 ienes até 400.000 ienes. totalizando 41,6%; renda até 250.000 totaliza 24,3% e renda acima de 400.001 ienes totaliza 27,4%. Dos entrevistados, 95% afirmaram trabalhar, 3,8% afirmaram não ser economicamente ativos e 1,2% não responderam.

Sobre o tipo de trabalho, 64,7% trabalham em fábrica; 24,6% trabalham no setor de serviços, empreiteira ou comércio; 7,5% trabalham por conta própria e 1,8% em outras atividades.

3.6.1 Dados sociais e familiares

Dos 600 entrevistados, 56% estavam morando pela primeira vez no Japão, e 43,5% já haviam morado anteriormente no país. Destes alguns estavam pela segunda vez (56,3%), pela terceira vez (23,4%), pela quarta vez (6,5%) e pela quinta vez (3,4%). Uma pessoa declarou estar no país pela 9ª vez.

No Japão, 64,6% moram com a família, 24% moram sozinhos (a), 6,3% moram com amigos, e 3,6% deram outras respostas. Dos entrevistado, 52,5% são casados, 37,8% são solteiros, 6,8% separados/divorciados e 1,0% viúvos. Da amostra total, 53,3% têm filhos. Destes, 59,4% disseram que os filhos moram somente no Japão, 14,7% disseram que moram no Japão e no Brasil e 25% disseram que moram somente no Brasil. A maioria tem apenas um filho (41,6%), 35,9% têm dois filhos, 17,2% têm três filhos, 3,1% têm quatro filhos, 0,3% têm cinco filhos e 1,6% têm seis filhos.

Sobre os meios de comunicação pelos quais os brasileiros se informam, levando-se em conta que os itens não são excludentes. Dados sobre os meios de comunicação encontram-se na tabela 2.

Tabela 2

Meios de comunicação	
TV	81,3%
Jornais	77,8%
Internet	53,8%
Revistas	41,5%
Amigos/parentes	36,8%
Trabalho	29,5%
Rádio	11,3%
Fitas de vídeo	0,7%
Cartas	0,2%
Livros	0,2%

Na pesquisa, os entrevistados foram indagados sobre o motivo pelo qual lêem os jornais brasileiros e deram as seguintes respostas, na tabela 3.

Tabela 3

Por que lê jornais	
Ficar bem informado	34,8%
Notícias do Brasil	25,0%
Classificados	18,7%
Notícias da comunidade	17,3%
Notícias do Japão	12,7%

Indagados a respeito de conhecerem e lerem os jornais brasileiros no Japão, os entrevistados deram as seguintes respostas não-excludentes, na tabela 4:

Tabela 4

Jornais brasileiros no Japão			
Mais conhecidos		Mais lidos	
International Press	97,2%	International Press	92,0%
Tudo Bem	89,2%	Tudo Bem	81,5%
Nova Visão	8,5%	Nova Visão	3,7%
Folha E	3,0%	Folha E	2,3%

Sobre a preferência do leitor pelos jornais e a rejeição a algumas publicações, os brasileiros entrevistados responderam conforme a tabela 5:

Tabela 5

Preferidos do leitor		Rejeitados pelo leitor	
International Press	35,0%	Nova Visão	2,0%
Tudo Bem	15,0%	International Press	1,0%
Nova Visão	0,3%	Jornal do Brasil	0,5%
Jornal do Brasil	0,2%	Tudo Bem	0,5%
Folha Universal	0,2%	Folha E	0,2%
Folha E	0,2%	Folha Mundial	0,2%
Não sabe	7,5%	Não sabe	2,7%
Não tem jornal favorito	39,8%	Gosta de todos	90,9%
Não respondeu	1,8%	Não respondeu	2,0%

Sobre o acesso a Internet, 63,1% dos pesquisados têm computador. Destes, 26,2% acessam sites de jornal pela Internet. Os jornais mais acessados pelos brasileiros são: Folha de S. Paulo (44,6%), O Estado de S. Paulo (22,9%), International Press (19,1%), Globo (16,6%) e Tudo Bem (10,2%).

Indagados sobre onde adquirem jornais, os brasileiros entrevistados responderam de acordo com a tabela 6:

Tabela 6

Onde adquirem jornais	
Lojas brasileiras	85,7%
Caminhões	6,7%
Lojas de conveniência	3,2%
Recebe no trabalho	1,7%
Assinatura	1,3%
Ganha o exemplar	1,0%
Adquire no revendedor	0,2%
Adquire em quiosque	0,2%

Sobre o dia da semana em que freqüentemente compram jornais, os brasileiros entrevistados responderam conforme a tabela 7:

Tabela 7

Dia de compra do jornal	
Não tem dia específico	17,1%
Domingo	17,1%
Sábado	21,8%
Sexta	3,8%
Quinta	4,5%
Quarta	19,9%
Terça	13,4%
Segunda	2,3%

*Em províncias com maior infra-estrutura comercial para brasileiros (como Aichi, Shizuoka e Gunma), as vendas por caminhão é pequena.

* Dos entrevistados, 57,2% compram os jornais sempre na mesma loja, 40,2% compram em lojas diferentes.

Perguntados sobre o motivo que os levam a comprar jornais, os entrevistados responderam conforme a tabela 8:

Tabela 8

Por que compram jornais	
Capa	34,5%
Notícias	32,0%
Classificados	11,7%
Se atualizar	11,3%
Notícia específica	10,2%
Hábito de compra	3,7%
Esportes	3,5%

Sobre a leitura em japonês, 20,2% lêem japonês e 79,8% não lêem japonês. Dos que lêem japonês (121 pessoas), 65,3% não lê nenhum jornal em japonês, sendo que 34,7% lêem jornais japoneses (42 pessoas), ou 7,0% do total dos entrevistados.

Não-leitores: dos 600 abordados, 68 disseram não ler jornais brasileiros, o que corresponde a 11,3% dos brasileiros acima de 18 anos. Dos ex-leitores, 46,7% afirmaram que deixaram de ler por falta de tempo, 16,7% passaram a ler notícias pela Internet e 6,7% liam no serviço mas saíram da empresa.

Indagados sobre os meios pelos quais se informam e sobre os meios nos quais confiam, os entrevistados responderam conforme a tabela 9:

Tabela 9

Informação e confiança		
Informação e confiança	Se informa	Confia
TV	81,3%	52,7%
Jornal	77,8%	27,7%
Internet	53,8%	15,8%
Revista	41,5%	2,3%
Confia em todos		6,3%

3.6.2 Conteúdo dos jornais

Para 81,7% da amostra total, as notícias da comunidade são tidas como muito importantes para o leitor. E 15,8% consideram importante em parte. Apenas 1,2% consideram nada importante; 0,2% não sabem; e 0,2% não responderam.

As notícias de todas as províncias são consideradas por 70,5% dos entrevistados como muito importante e para 24,8% como importante em parte. Para 2,8% é considerado nada importante, 0,3% não sabem e 1,5% não responderam.

Quanto aos atributos gráficos, chama a atenção o fato de os jornais serem coloridos e possuírem uma boa qualidade de papel e impressão. Para 56,8% dos entrevistados o fato de os jornais serem coloridos é muito importante e 33,5% consideram importante em parte. Para 7,8% não é nada importante o jornal ser colorido; 0,7% não sabem; e 1,2% não responderam.

Para 53,5% dos entrevistados ter uma seção de classificados forte é muito importante, e 31,5% consideram isso importante em parte. Em contrapartida, 12,2% consideram nada importante; 1,5% não sabem; e 1,3% não responderam.

O resultado do futebol brasileiros é considerado muito importante para 34,5% dos entrevistados e importante em parte para 26%. Dos entrevistados, 37% consideram nada importante; 1,3% não sabem; e 1,2% não responderam.

4. CONCLUSÃO

Com este trabalho, espera-se contribuir para a compreensão de fatores que interferem na captação, edição e distribuição do noticiário brasileiro no arquipélago, levando-se em conta as características culturais e locais que ainda persistem mesmo com o advento da globalização no Japão contemporâneo.

A atividade jornalística brasileira em um contexto cultural diferente do seu próprio é influenciada por uma cultura e modo de vida bastante diverso do brasileiro, de forte impacto sobre a rotina do jornalista e, conseqüentemente, sobre a sua produção de notícias. Mais que isso, influencia em sua visão de mundo.

Após conhecer como é processo de trabalho jornalístico no Japão, e as influências do modo de vida japonês nas atividades dos jornalistas brasileiros, é possível concluir que os dois binários propostos por Wolf⁸², a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos de produção, sofrem transformações quando o fazer jornalístico se dá no arquipélago.

A adoção de alguns padrões e procedimentos comuns ou à sociedade japonesa ou ao jornalismo do país resultaram um jornalismo diferente do praticado no Brasil. Um jornalismo adaptado, com nuances próprias e elementos extraídos do cotidiano dos profissionais japoneses, caso das solicitações de entrevistas e comportamento adotado nas mesmas, ou do próprio modo de vida japonês, como o uso de mapas em lugar de endereços para chegar às reportagens.

O jornalista que chega ao Japão traz em sua bagagem a experiência da rotinização da imprensa brasileira e, inicialmente, começa a estabelecer parâmetros para seu trabalho baseado em seus conhecimentos prévios. À medida que vislumbra a concorrência, e o que a maioria dos jornais brasileiros está publicando, passa a refletir sobre o processo de trabalho. Quanto mais conhece a cultura japonesa e se adapta ao modo de vida do país, seus filtros para selecionar e apurar o que é notícia passam por algumas transformações.

⁸² Ibid.

O acultramento sofrido pelos jornalistas nesse processo de adaptação ao Japão acaba por exercer influência sobre o profissional em todas as etapas do processo jornalístico. As mudanças não são bruscas e muitas vezes não ficam evidentes, mas permeiam a escolha da pauta, o direcionamento da edição e, principalmente, tornam a apuração um processo com mais etapas, mais rigor e mais planejamento do que seria feito se estivesse no Brasil.

No Japão, o jornalista precisa descobrir novos parâmetros, que não estão tão claros. A visão não é a de jornalista brasileiro, nem de correspondente internacional, mas uma nova maneira de enxergar o processo noticioso. Nas editorias de Brasil, por exemplo, o foco não é o leitor do Brasil, mas o brasileiro que está no Japão. Sendo assim, mesmo recebendo material de agências brasileiras, é preciso que a edição seja elaborada levando-se em conta aspectos do padrão japonês de jornalismo, tais como respeitar as decisões policiais quando não são revelados nomes de suspeitos de crimes.

Na editoria de Internacional, normalmente as agências de notícias brasileiras enfocam assuntos de interesse da grande imprensa nacional. Mais uma vez o jornalista que está no Japão tem de ter em mente sua nova localização geográfica e as implicações dela. O que é mais importante, Argentina ou Coréia do Sul? Peru ou Tailândia? No caso de jornais brasileiros, se as notícias tivessem o mesmo peso em diversos critérios de noticiabilidade, o item proximidade seria um fator de destaque e a matéria sobre a Argentina predominaria sobre a da Coréia do Sul, assim como a do Peru teria preferência sobre a da Tailândia. Contudo, na editoria de Internacional dos jornais brasileiros no Japão, a notícia sobre a Argentina dá lugar à da Tailândia, destino turístico de centenas de dekassegus nos feriados japoneses. Assim, o jornalista brasileiro muda seu enfoque na busca, coleta e seleção do noticiário em face de um diferente público leitor, não residente no Brasil, e com interesses diversos, conforme os resultados da pesquisa com leitores.

No caso dos jornais brasileiros no Japão, o jornalista precisa reorganizar uma nova atribuição de valor, levando em conta os países próximos ao arquipélago nipônico. Mais que isso, importa também - e talvez principalmente em jornais

destinados a trabalhadores - os países com quem o Japão mantém intensas relações econômicas e comerciais, pois isso se reflete indiretamente na empregabilidade do leitor no arquipélago.

No início do movimento de kassegui não havia estrutura política e social capaz de produzir notícias suficientes para alimentar os periódicos. Os jornais, igualmente, também não dispunham de uma infra-estrutura que garantisse condições de pesquisa, apuração e envio de matérias para a elaboração de um jornal mais focado na comunidade. Por esse motivo, havia uma predominância de matérias sobre o Brasil nos periódicos. Os valores/notícia estavam relacionados diretamente à organização concreta do trabalho

Já foi dito, nos parágrafos precedentes, que os valores/notícia agem concretamente para tornar possível a rotina de trabalho. Sendo assim, esses valores devem ser contextualizados nos procedimentos de produção, pois é neles que adquirem seu significado, desenvolvem a sua função e se cobrem da camada de "bom senso" que os torna aparentemente elementos previsíveis. (WOLF, 2005, p.228)

Assim como no Brasil, os jornalistas brasileiros no Japão utilizam as fontes no processo de newsmaking. Apenas por se tratar de uma comunidade de formação razoavelmente recente, não possui uma estrutura de fontes tão consolidada quanto a brasileira em diversos segmentos. Como no caso brasileiro, no Japão elas também "refletem, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção" (WOLF, 2005, p. 235).

A imprensa brasileira no Japão se equilibra entre dois fazeres jornalísticos distintos – o brasileiro e o japonês –, diante de uma comunidade de brasileiros radicados no arquipélago que apresenta um contínuo crescimento.

Em dezembro de 1991, eram 119.333 brasileiros no Japão de acordo com dados do Departamento de Controle de Imigração do Japão. Hoje mais de duas décadas depois do início do movimento de kassegui, uma população de 316.967 brasileiros reside atualmente no Japão, conforme levantamento de 2007 do

Departamento de Controle de Imigração do Japão.

Grande parte desse contingente não se integrou completamente ao modo de vida japonês e ainda enfrenta a barreira do idioma, necessitando de informações e notícias em português, sejam elas do Brasil, do Japão ou de sua comunidade local.

Assim como a colônia japonesa no Brasil levou gerações para que se integrasse de fato na sociedade brasileira, entende-se que a adaptação dos brasileiros no Japão seja um processo igualmente demorado. Sendo assim, a necessidade de informações em português ainda é grande e deve perdurar por mais algumas décadas, justificando a existência de publicações jornalísticas em português no país.

Futuro

Os dekassegui brasileiros de hoje desfrutam inúmeras e variadas opções de acesso às notícias do Japão, do Brasil e do mundo. A própria comunidade, que no início do movimento dekassegui era mais homogênea, hoje é composta de brasileiros e brasileiras de todas as faixas etárias, com gostos e interesses diversos. Nesse sentido, também se diversificam os locais para se fazer compras, os points de lazer e os tipos de diversão desses brasileiros.

No campo editorial, as transformações pelas quais a comunidade vem passando se traduzem em multiplicação de títulos e segmentação das publicações visando atender a públicos menores. A variedade de periódicos à disposição dos leitores - distribuídos nas lojas de produtos brasileiros - reflete a tendência mundial de jornalismo de publicações especializadas.

É oportuno ressaltar uma importante mudança na linha editorial dos impressos, que vem acontecendo gradualmente com o passar dos anos. Cada vez menos o público leitor é visto como alguém que está de passagem no Japão, que vai trabalhar de dois a quatro anos no país e retornar ao Brasil. O número de reportagens sobre a volta à terra natal, embora sempre presente, tem diminuído, em detrimento de reportagens sobre como viver no Japão, como se aposentar no país

ou como comprar um imóvel no arquipélago.

Em um passado recente, a linha editorial implícita na maioria dos veículos impressos conduzia suas reportagens a partir do pressuposto que a maioria dos dekassegus brasileiros estavam apenas temporariamente no país. Hoje, a linha editorial sinaliza que a migração brasileira não é mais temporária, mas permanente, e o foco principal das reportagens passou a ser a vida no Japão. A integração à sociedade japonesa, visto permanente, aposentadoria, compra de casa própria, escolas e faculdades japonesas são temas recorrentes das reportagens que interessam a grande parte do público leitor.

Assim como a comunidade brasileira no Japão e a sua mídia vem sofrendo transformações, o perfil e as perspectivas dos jornalistas brasileiros no Japão também têm mudado. O mercado de trabalho, que antes se resumia a três ou quatro publicações, multiplicou-se e expandiu-se para além dos limites dos impressos, chegando ao rádio, à TV e à internet.

E o que era uma experiência nova e temporária fora do Brasil, com ares de aventura, se constitui hoje em um mercado de trabalho permanente, que recruta profissionais de publicações no Brasil, de veículos no Japão, e também das fábricas, uma vez que os ex-dekassegus com diploma de jornalista compõem uma parcela significativa das redações da mídia brasileira no Japão. Curiosamente, esses jornalistas imigrantes, que deixaram o Brasil em busca de melhores condições de vida, estão alcançando lá, do outro lado do mundo, a sua realização profissional.

5. BIBLIOGRAFIA

ABRAMO, Bia (org.). *Um Trabalhador da Notícia: textos de Perseu Abramo*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 1997.

ARAI, Jhony. *Viajantes do Sol Nascente: Histórias dos Imigrantes Japoneses*. Coleção *Gente Que Fez São Paulo*. São Paulo. Editora Garçon, 2003.

ARAI, Jhony; HIRASAKI, Cesar. *Arigatô: A Emocionante História dos Imigrantes Japoneses no Brasil*. São Paulo, Editora JBC, 2008.

CASTELLS, Manuel. *A Era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo, Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Internet e Sociedade em Rede*. Rio de Janeiro, Record, 2003.

CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo, Edusp, 1997.

CARDOSO, Ruth Corrêa Leite. *Estrutura Familiar e Mobilidade Social – Estudos Japoneses no Estado de São Paulo*. São Paulo, Primus, 1995.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do Jornalismo – Buscas Práticas para uma Teoria da Ação Jornalística*. São Paulo, Summus, 1994.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Sotaques D'Aquém e D'Além Mar – Percursos e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro*. Santarém, 1998.

DOWBOR, Ladislau (org). *Os desafios da comunicação*. Petrópolis, Vozes, 2000.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo, Hacker/Edusp, 2000.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 1999.

KAWAMURA, Lili. *Para onde vão os brasileiros?* Campinas, Unicamp, 2003.

KOVACH. B., ROSENTIEL, T. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo, Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo. Ática, 1995.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo, Loyola, 2005.

LOPES, Maria Immacolata V. *Uma Metodologia para a Pesquisa das Mediações*. Coletânea Mídias e Recepção 2000. Porto Alegre, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Jornalismo. A Saga dos Cães Perdidos*, São Paulo, Hacker Editores, 2000.

MARQUES DE MELO, José. *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo, Livraria Pioneira Editora, 1972.

MARQUES DE MELO, José. *Teoria da comunicação: paradigmas latinoamericanos*. Petrópolis. Vozes, 1998.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michele. *Histórias das Teorias da Comunicação*. São Paulo, Loyola, 1998.

MCLUHAN, M. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo, Cultrix, 2002.

MEDINA, Cremilda. *A arte de tecer o presente – narrativa e cotidiano*. São Paulo, Editora Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda. *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro, Forense, 1982.

MEDINA, Cremilda. *Viagem ao Sol Poente – São Paulo de Perfil 18*. São Paulo, Edusp, 2001.

MIYOSHI, Takefumi. *Japão ao seu alcance: Tudo o que você precisa saber para viver legalmente no país*. São Paulo, Editora JBC, 2001.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. *La Investigación em Comunicación desde la Perspectiva Qualitativa*. La Plata, Un. Nacional de La Plata, 1996.

SAAD, Beth. *Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação*. São Paulo, Ed. Senac São Paulo, 2003.

SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Maud, 1999.

THIOLLENT, Michel. *Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquete Operária*. São Paulo, Polis, 1980.

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*. Florianópolis, Insular, 2004.

VATTIMO, Gianni. *A Sociedade Transparente*. Lisboa, Relógio d'Água, 1992.

VAN DICK, Teun. *La Noticia como Discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós, 1997..

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. São Paulo. Martins Fontes, 1995.

YOSHIOKA, Reimei e SAM, Silvio. *Dekassegui – Com os pés no chão ...no Japão*. São Paulo, Ysayama Editora, 1999.

DISSERTAÇÕES

NEGAWA, Sachio. *Formação e transformação do bairro oriental – Um aspecto da história da imigração asiática da cidade de São Paulo, 1915-2000*. São Paulo, FFLCH-LE, USP, 2000.

WATANABE, Juliana. *A Study of Contemporary Brazilian Ethnic Media In Japan – The Case of Newspapers*, University of Tsukuba, Japan, 2004.

ARTIGOS

COELHO SOBRINHO, José. *A arena jornalística*. São Paulo, 2005.

ISHI, Ângelo. *Making History, Reinterpreting Experiences: The Ethnic Media among Brazilians in Japan*. In YAMADA, Mutsuo, org., *Emigración Latinoamericana: Comparación Interregional entre América del Norte, Europa y Japón*. JCAS Symposium Series 19. Osaka, Japan, 2003.

KAWAMURA, Lili. *Redes Sociales y culturales de migrantes brasilenõs en la ruta Brasil-Japón: Movimiento y permanencia*. In YAMADA, Mutsuo, org. *Emigración Latinoamericana: Comparación Interregional entre América del Norte, Europa y*

Japón. JCAS Symposium Series 19. Osaka, Japan, 2003.

SASAKI, Elisa. *Dossiê Migração: A Imigração para o Japão*. São Paulo, 2006. Estudos Avançados, vol. 20, número 57. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103_40142006000200009 Acesso em agosto de 2008.

SHIRAMIZU, Shiguehiko. *Jornalismo Comunitário: Publicações em Português Crescem no Japão*. Capítulo final do livro *Ethnic Media Studies*, de Shigehiko Shiramizu, publicado originalmente na Online Journalism Review (22/11/04); tradução: Elisa Antoun. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=306IPB001>. Acesso em novembro de 2008.

GUIAS E ALMANAQUES

GUIA DA CULTURA JAPONESA. Organização Fundação Japão. São Paulo, Editora JBC, 2004.

GUIA JAPÃO PARA BRASILEIROS. São Paulo, Editora JBC, 2003.

ANAIS DO SIMPÓSIO INTERNACIONAL DO 10º aniversário do Ciate (Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior). São Paulo, Editora Gráfica Topan-Press LTDA, 2003.

FACTS AND FIGURES OS JAPAN 2004. Organizado pelo Foreign Press Center Japan. Japão. Foreign Press Center Japan, 2004.

MIGRAÇÕES INTERNACIONAIS: CONTRIBUIÇÕES PARA POLÍTICAS. Organizado pela Comissão Nacional de População e Desenvolvimento. Brasília, CNDP, 2001.

SITES

www.ipcdigital.com

www.tudobem.uol.com.br

www.gambare.uol.com.br

www.madeinjapan.uol.com.br

www.japantimes.co.jp

www.reuters.com

www.yomiuri.co.jp/dy

www.kunaicho.go.jp

www.uol.com.br

www.estado.com.br

www.ciate.org.br

www.sp.br.emb-japan.go.jp

6. ANEXOS

CAPA DO JORNAL TUDO BEM EDIÇÃO 778

TUDO BEM
O JORNAL QUE FALA A SUA LÍNGUA

GUIA DE BALADAS EM TOKYO
AS MELHORES CASAS NOTURNAS DA CAPITAL JAPONESA. B8 e B9

CARNIVAL 2008 CENTENÁRIO DA IMIGRAÇÃO NA AVENIDA A3 e B13

EVOLUÇÃO
COMÉRCIO BRASILEIRO ADOTA PADRÃO JAPONÊS

TRÂNSITO
DICAS PARA DIRIGIR NA NEVE COM SEGURANÇA

COMO GANHAR RESTITUIÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA JAPONÊS

Vai começar a entrega da declaração do imposto de renda no Japão. Saiba como funciona, quais gastos podem ser restituídos, os comprovantes que precisam ser guardados e como solicitar a devolução das despesas. B3

TRANSPORTE
Sistema de empréstimo de bikes não dá certo

INTEGRAÇÃO
Kani vai ganhar centro de culturas estrangeiras

VALE-TUDO
Brasileiro se destaca em edição chinesa do K-1

ELIMINATÓRIAS DA COPA
Japão começa jornada para África do Sul

Potente e ecológico
A prototípica ecológica chegou aos supermercados com o Mitsubishi Concept RA. A máquina consegue entrar poucos polegadas mesmo com 200 cavalos potentes. B15

O futuro do trabalho braçal
Novos robôs estão sendo desenvolvidos para substituir a força humana e fortalecer os movimentos de dorso. A12

ATENTADO
Extremista tenta harakiri em frente a sede de ministério

ACIDENTE
Grupo perdido na neve é resgatado após dois dias

SAÚDE
Exame médico gratuito para brasileiros de Nagano

SERVIÇO
Mutirão de dentistas vai atender crianças em Oizumi

Kumi Koda em meus braços

DÓLAR
VENDA
COMPRAR

MANDAR UM E-MAIL PARA
SINCRONIZANDO JÁ

E RECEBA
NOTÍCIAS
NO SEU
CELULAR

QR CODE

CAPA DO JORNAL TUDO BEM EDIÇÃO 806

PRIMEIRAS SEMANAS PARA O BRASIL
 0120-4828-58
 www.itauc.co.jp

Itaú
 0120-4828-58
 www.itauc.co.jp

Caderno de Empregos
 pags. A5 e A6

DÓLAR
 Venda
 ¥ 108,56 R\$ 1,614
 Compra
 ¥ 108,49 R\$ 1,613
 20 AGO
 ¥ 109,80 R\$ 1,619
 19 AGO
 ¥ 109,75 R\$ 1,633
 18 AGO
 ¥ 110,20 R\$ 1,634
 15 AGO
 ¥ 110,53 R\$ 1,638
 14 AGO
 ¥ 109,66 R\$ 1,619
 13 AGO
 ¥ 109,50 R\$ 1,620

TUDO BEM 15 anos
 O JORNAL QUE FALA A SUA LÍNGUA

Remessa para o Brasil
 está
 23 e 24 de agosto de 2008

OLIMPIADAS 2008
BRASILEIRA GANHA OURO PELO JAPÃO
 Conheça a história da brasileira Mika Sumiyoshi, que sagrou-se a primeira japonesa a ganhar o ouro nas Olimpíadas. C8

César Cielo, o novo herói nacional
 Com o título de homem mais rápido das piscinas, Cielo conquistou o ouro nos 50m livre e o bronze nos 100m. C1

Seleção feminina luta, mas perde para os EUA
 Pela segunda vez em uma olimpíada, as brasileiras do futebol perderam a medalha de ouro para as norte-americanas. C8

SEU DINHEIRO
FÉRIAS NO BRASIL: PASSAGEM AÉREA FICA MAIS CARA

Quem vai voltar no final do ano ao Brasil precisa fazer reserva da passagem aérea o quanto antes. Além da alta procura nesta época do ano, os preços dos bilhetes da JAL e ANA vão ficar mais caros. B3

EX-DEKASSEGUI PRESO NO BRASIL
GOLPISTA DIZIA QUE ERA PARENTE DE IMPERADOR

SÃO PAULO
 O siasi e ex-dekasegui Roderio Kashiwa Yamasaki, 59 anos, foi preso em flagrante em São Paulo. Yamasaki confessou que aplicou golpes – soma de 2,5 mil, ao total – há mais de 10 anos. O criminoso usava o contatador da imigração japonesa como pretexto para arrecadar dinheiro de suas vítimas, nos últimos golpes. Ele contou à polícia que já viveu no Japão como dekasegui. Com a promessa de trabalhar para a comunidade nipônica, pequenos e médios empresários foram enganados. Ele se apresentava como descendente da família imperial e mostrava jorvais com fotos de autoridades japonesas. A5

GOVERNO JAPONÊS
 Projeto quer acabar com sistema de províncias

TOKIO
 O partido do governo do Japão está organizando um sistema para modificar a divisão do Japão de 47 províncias para duas super-estados. Se o projeto do FLD e do New Komeito for aprovado, o sistema atual – que possui mais de 150 anos de idade – pode acabar em 2017. A divisão do arquipélago em províncias existe desde a era Meiji (1868-1912). Por este motivo, especialistas afirmam que o sistema se tornou obsoleto diante da atual realidade japonesa, devido às grandes mudanças demográficas pelas quais o Japão passou desde a Segunda Guerra Mundial. A10

TRAGÉDIA EM MADRI
 Brasileiro estava em vôo que matou 153 pessoas

ESPAÑA
 Cento e cinquenta e três pessoas morreram, entre elas um brasileiro, no acidente ocorrido quarta-feira 20, com o avião MD-82, da companhia aérea Spanair, no aeroporto madrileño de Barajas. Segundo a empresa, a aeronave, que levava 172 pessoas, seguiu para as Ilhas Canárias, mas numa tentativa de decolagem, saiu da pista, bateu e se incendiou. Foi o pior desastre aéreo na Espanha em mais de 20 anos. O brasileiro Ronaldo Gomes Silva estava no vôo JRS022, segundo as autoridades espanholas informaram ao Itamaraty. Segundo Ronaldo Gomes Silva, 24 anos, irmão de Ronaldo, ele estava de lua-de-mel na Espanha. A8

CAPA DO JORNAL TUDO BEM EDIÇÃO 728

PREÇO
定価 120
[消費税別]

TUDO BEM

O JORNAL QUE FALA A SUA LÍNGUA

BANCO DO BRASIL
Transferências e pagamentos
0120-09-5595
www.bancobrasil.co.jp

CARTÃO REMESSA
0120-570-842
ABN-AMRO

Itaú
0120-4828-58
www.itaubrasil.jp

SUPERMÊITO DE EMPREGOS
GAMBARE!
Saberia popular

ENTREVISTA
Regiane Alves, a nova vilã da TV
SÃO PAULO
A insígnia da mimada Alves, de Páguas da Vida, revela que não tem medo de ser antipática diante das câmeras. Mas só diante das câmeras, pois na vida real, Regiane Alves é pura simpatia. B12

DÓLAR
22FEV
VENDA
¥ 121,46 R\$ 2,076
COMPRA
¥ 121,41 R\$ 2,075
21FEV
¥ 120,89 R\$ 2,079
16FEV
¥ 119,24 R\$ 2,090
15FEV
¥ 119,45 R\$ 2,088
14FEV
¥ 120,81 R\$ 2,099

SEU SALÁRIO

NOVAS MUDANÇAS NO SHAKAI HOKEN AFETAM DEKASSEGUIS

Tendência de adesão em massa ao seguro shakai hoken tem obrigado dekasseguis a escolher entre ganhar menos, desistir do seguro ou mudar de emprego. No entanto, famílias podem se beneficiar. B5

SUPERGUIA DE SAITAMA CADERNO B

Trabalho Mais vagas no setor de autopeças
Serviço Onde procurar ajuda em português
Turismo Os melhores lugares para passear

TELEVISÃO
Globo estreia Paraíso Tropical

SÃO PAULO
Na trama, Camilla Pinango (foto) será Bebel, uma garota de programa, quase "bandida". Também estão no elenco Tony Ramos e Alessandra Negrini, que viverá a ginecologista Paula e Tati. B12

FORAGIDO
Ex-dekassegui é preso em Minas Gerais por assassinato no Japão

TOKYO E BELLO HORIZONTE
Humberto Hajime Akamatsu, acusado de matar e roubar o dono de um restaurante em Shinjuku, foi preso nesta-feira 16 em Minas Gerais, após ação conjunta da PF japonesa, do Ministério Público e da PM. B6

TECNOLOGIA
Conheça o que muda com o novo Windows

SÃO PAULO
Depois de cinco anos, a Microsoft finalmente lançou seu novo sistema operacional: o Windows Vista. Com um visual mais bonito e muito 3D, ele apresenta praticidade e rapidez, no caso de um PC potente. Entenda o que muda para o usuário. B9

CARATÊ
Dekasseguis divididos entre a fábrica e o tatame

AIOH E SHIZUOKA
Os cientistas brasileiros se esforçam para conciliar a dura rotina nas fábricas e o esporte. Em reportagem especial, quatro brasileiros contam as vantagens de praticar o esporte para melhorar a qualidade de vida. C6

IMPOSTO NO JAPÃO
Site em português mostra como fazer a declaração

A Prefeitura de Hamamatsu lançou em seu site uma cópia do formulário de declaração do imposto de renda em português, para que os brasileiros fiquem em dia com a Receita Federal sem precisar de intérpretes. B5

JAPÃO
Aumenta reprovação a Shinzo Abe

TOKYO
Uma pesquisa realizada pelo jornal Asahi Shimbun revelou que somente 37% dos entrevistados aprovam a atual administração. Esta é a primeira vez que o índice de desaprovação (40%) é maior do que o de aprovação. A7

SAÚDE
Previna-se contra ronco e apnéia

SÃO PAULO
Dormir é uma ótima forma de recarregar as energias. Mas enquanto para alguns, isso é algo simples, para outros é um verdadeiro pesadelo. Aprenda a lidar com os distúrbios do sono. Entre eles, ronco e apnéia. B10

MISTÉRIO
Brasileiro é assassinado na Inglaterra

LONDRES
O capataz Acácio Pentez Júnior, 29 anos, foi brutalmente assassinado em Londres. A polícia britânica ainda não sabe qual foi o motivo do crime. Júnior vivia legalmente, mas a sua situação estava prestes a ser regularizada. A2

IMIGRAÇÃO ILEGAL
40 brasileiros presos ao entrar nos EUA

MÉXICO
Agentes responsáveis pela Patrulha da Fronteira dos Estados Unidos prenderam 40 imigrantes brasileiros dentro de um trailer puxado por um trem na cidade de Falfurrias, no Texas, a cerca de 120 quilômetros da fronteira dos Estados Unidos com o México. Os imigrantes foram encontrados com a ajuda de cães farejadores e todos serão deportados. Eles não estavam feridos nem apresentavam problemas de saúde. A6

TUDO BEM MOBILE
MANDE UM E-MAIL PARA tbem@tudobem.co.jp E RECEBA NOTÍCIAS NO SEU CELULAR

CARNAVAL
Mocidade e Beija-Flor festejam a vitória

SÃO PAULO E RIO DE JANEIRO
Mocidade Alegre em São Paulo e Beija-Flor de Nilópolis no Rio de Janeiro foram as escolas de samba campeãs dos grupos especiais, que desfilaram entre os dias 17 e 20 de fevereiro. A Mocidade Alegre levou para o Anhembi o riso como tema e teve mais uma vez, a bela Nani Moreira (foto) como rainha da bateria. Já a Beija-Flor chegou à sua quarta vitória em nove campeonatos em que participou. A3

SKYLINE
O ORGULHO DOS JAPONESES B8

CAPA DO INTERNATIONAL PRESS EDIÇÃO 753

Bradesco
Serviços Co. Ltd.
0120-199-245
0120-199-245
0120-199-245

International Press

15 ANOS

banespa
Santander Banco
0120-06-0899
03-3214-0608
www.banespa.com.br

130 E1
Empresas
oferecem
empregos

PRÊMIO ADMISSÃO
50.000
TWENTY FIRST
E4

Soldados do Japão
deixam o Iraque

As Forças de Autodefesa Terrestre do Japão iniciaram a retirada do Iraque a partir de março. Atualmente há 600 oficiais em território iraquiano, atuando em trabalhos de manutenção de áreas civis, como estradas e fornecimento de água potável. **A6**

Declaração de
porte de valores
deverá ser feita
pela internet **A5**

Gripe aviária
chega à Europa

A gripe aviária vem se disseminando nas últimas semanas entre aves na Europa e partes da Ásia, levando as autoridades a impor proibições à venda de aves de criação, a promover o abate maciço em regiões afetadas e a vacinação de aves domésticas. **A3**

Câmbio
1. dólar

País	Câmbio
Brasil	1,00
Argentina	1,00
Chile	1,00
Colômbia	1,00
Costa Rica	1,00
Equador	1,00
El Salvador	1,00
Guatemala	1,00
Honduras	1,00
Paraguai	1,00
Panamá	1,00
Peru	1,00
Uruguai	1,00
Venezuela	1,00

Arro. XV - Edição 753 - Japão, 25 de fevereiro de 2006
www.ipcdigital.com

O JORNAL BRASILEIRO NO JAPÃO
www.ipcdigital.com

ボルトガル語版 定価 ¥300 (税別)

2006年2月25日

LEIA NO MAIS **ACADEMIAS CRIAM FORMAS CURIOSAS DE MALHAR**
ALMANAQUE CONTA A HISTÓRIA DA TATUAGEM
JAPÃO ADOTA NOVA VACINA PARA SARAMPO **C5**
LOCAIS IMPERDÍVEIS PARA UMA LONGA CAMINHADA **C1**

PENA DE MORTE Brasileiro condenado na Indonésia pede nova denúncia. **A4**
HORÁRIO DE VERÃO Diferença entre Japão e Brasil volta a ser de doze horas. **A5**
AGARICUS Governo japonês cogita proibir suplemento à base do cogumelo. **A7**

CARNAVAL É MAIS QUE FOLIA
YUKA SUGURA GOSTA TANTO DO BRASIL QUE FOI ESCOLHIDA SÍMBOLO DO CARNAVAL DE SALVADOR 2006. CONHEÇA OUTROS JAPONÊSES QUE ADORAM A FOLIA. ALGUNS CARNAVALESÇOS DEFENDEM MAIS PROFSSIONALISMO NA FESTA BRASILEIRA. **MAIS e A4**

Dekasseguis buscam renda extra

Mesmo com o ritmo de trabalho puxado na fábrica, muitos brasileiros têm buscado outras atividades informais para complementar a renda familiar. Hiroko Sasaki, por exemplo, iniciou a venda de roupas importadas da China nos finais de semana. No caso de Valéria Soares, a opção foi pelas doces, bolos e salgadinhos. Ela faz o transporte de funcionários para uma empreiteira e ainda arranja tempo para atender às encomendas. Diz que a clientela tem aumentado. Além dos colegas da fábrica, Valéria também vende para os moradores dos conjuntos habitacionais. **C4**

Novo presidente da AEBJ renuncia antes de assumir o cargo

Uma nova assembleia será realizada no dia 4 de março, na sede da AEBJ, para a indicação do novo presidente com a renúncia ao cargo do recém-eleito Ennio Maglioli, diretor da Escola Uno. Outra novidade foi o desligamento da Cooper Escola de Yamanashi do quadro de associados por ter infringido o Código de Ética da entidade. **C3**

Receita Federal suspende mais de 7,4 milhões de CPFs

Segundo a Receita Federal, mais de 7,4 milhões de contribuintes não entregaram por dois anos seguidos a declaração de ajuste ou de isenção do Imposto de Renda. A suspensão do CPF impede o cidadão de abrir conta em bancos, pegar empréstimos no sistema financeiro e dar entrada em passaporte. Mas a regularização é relativamente simples. **A5**

Concurso de modelos também para homens

O 1º Concurso de Modelos Y'Key selecionará 40 meninas e 40 meninos entre 12 e 22 anos, de qualquer nacionalidade, para seguir a carreira dos sonhos de muitos jovens brasileiros. As inscrições podem ser feitas até o dia 30 de março. **C5**

Uniforme da Seleção vem com a inscrição Nascido para Jogar **B8**

De olho na Copa

Depois de um primeiro tempo fraco, os japoneses conseguiram ser mais eficientes do que os favoritos e venceram o amistoso em Fukuroi (Shizuoka), por 2 a 0. O Japão, terceiro adversário do Brasil na Copa, ainda fará mais dois amistosos neste mês de fevereiro. **B1**

ESTRANGEIRA CASADA COM JAPONÊS MATA DUAS COLEGAS DA FILHA **A7**

Brasileira de 15 anos é premiada em Tokyo

Lemon, vídeo de Luma Yuri Matsubara, de 15 anos, foi um dos três premiados na categoria J-pop Popular do Festival de Vídeo de Tokyo. A brasileira foi a mais jovem participante desta edição do festival e concorreu também aos dois prêmios principais, que foram dados a um vídeo japonês e a um sul-coreano. Em Lemon, Luma conta como se sente deslocada dentro da família por não falar português e relata suas dificuldades. **A7**

CAPA DO INTERNATIONAL PRESS EDIÇÃO 789

CITIO BANK Bradesco

Remessas para o Brasil

0120-199-245

(cobertura de rede e 24h)

The Citio Bank Ltd. - Tokyo Branch

International Press

15 ANOS

ボルトガル語版 定価 ¥300 (本体 ¥280)

2006年11月4日

4910885111664 00284

bancspa

Santander Banca

0120-06-0899

03-3214-0608

www.bancspa.co.jp

119 E1

Empresas oferecem empregos

MAIS

Só porque é a diva

Conheça os games mais esperados deste fim de ano +16

COMUNIDADE

Governo japonês aumenta para ¥350 mil a verba de assistência à maternidade C2

Hamamatsu recebe pela primeira vez o Festival da Juventude C3

Câmbio (1 dólar)

País	Moeda	Câmbio
Estados Unidos	Dólar	100,00
Brasil	Real	155,87
Argentina	Peso	10,24
Chile	Peso	500,00
Colômbia	Peso	1.600,00
Costa Rica	Colón	5,00
Equador	Dólar	100,00
El Salvador	Dólar	100,00
Guatemala	Quetzal	23,36
Honduras	Lempira	23,36
Paraguai	Guarani	173,36
Peru	Novo Sol	3,50
Uruguai	Peso	34,00
Venezuela	Bolívares	200,00

Fonte: Banco do Brasil

DEFICIENTES» ESTRANGEIROS TÊM DESCONTOS NO JAPÃO C5

Lula é reeleito

Com mais de 58 milhões de votos, Lula se reelege presidente até 2010. Eleitores no exterior dão vitória a Aécio. Confira também os novos governadores do Estado.

Em busca do ouro

Atenas da esteira de ouro. A seleção brasileira de voleibol feminino venceu o torneio de ouro na Copa do Mundo de 2006. O time foi comandado pelo técnico Ze Roberto Guimarães e venceu os dois amistosos contra os donos de casa. Os resultados foram: Brasil 3x0 Argentina e Brasil 3x0 Rússia.

Depois de 44 anos, time de Hokkaido conquista Japan Series

O time de beisebol dos Nippon-Ham Fighters venceu o campeonato japonês de beisebol profissional. O time venceu o jogo decisivo contra o Orix Buffaloes por 2x1.

Dupla é presa sob suspeita de vender ¥260 milhões em medicamentos no Japão

VENDA ILEGAL DE REMÉDIOS BRASILEIROS

Alexander Matsuda e Yumito Seichi, de Yachiyo (Chiba), foram detidos pela polícia de Ibaraki sob suspeita de ter comercializado, desde 1996, cerca de ¥260 milhões em medicamentos do Brasil. Os brasileiros teriam distribuído remédios como analgésicos e antitérmicos para cerca de 80 lojas em 20 províncias, entre elas, Osaka, Shizuoka e Aichi.

Segundo o Ministério da Saúde, Trabalho e Bem-estar do Japão, é preciso obter autorização para comercializar esses produtos. Se for para consumo pessoal, não há problema, desde que em quantidade limitada. C3

REMESSAS »C4

Valor enviado do Japão aumenta 15%

Os brasileiros residentes no exterior enviaram até o final deste ano cerca de US\$ 7 bilhões em remessas para o Brasil. Desse total, os decaise-guins devem ser responsáveis por US\$ 2,6 bilhões, 15% a mais em relação ao ano anterior. "As remessas dos decaise-guins são destinadas ao setor produtivo", explica Luciano Schweitzer, do BDA.

AMEAÇA »A6

Japão reforça segurança militar

O primeiro-ministro japonês, Shinzo Abe, pretende melhorar a capacidade militar do Japão. O regime norte-coreano pode desatar um conflito armado se o Japão colocar em prática algumas das medidas punitivas, como por exemplo, a inspeção e captura de navios que possam transportar armas de destruição em massa.

FARSA »A7

Escolas mentem e prejudicam alunos

Um total de 289 escolas com sistema equivalente ao ensino médio do Brasil enviaram informações falsas ao Comitê de Educação do Japão sobre as matrículas estudadas a seus alunos. Por causa disso, centenas de estudantes correm risco de não alcançar a pontuação necessária nos exames para graduar ou ingressar nas universidades.

Clubes para comer e fazer tricô

Em entrevista exclusiva ao International Press, o designer Misubaru Hirose fala dos clubes que reúnem pessoas para comer e tricotar. Interamente. Muitos fãs de tricô aderiram à moda. A8

Música para fugir do estresse

Através da música, um grupo cada vez maior de brasileiros tem procurado driblar o estresse no Japão. "Achava meio tarde para aprender, mas decidi encarar esse desafio", diz Adriana Takara, que trabalha numa fábrica em Aichi. C1

Muro criado por Bush vai separar EUA do México A3

NOVO LANÇAMENTO!

Cartão 0055 GoGo Card

Agora, o Brasil mais perto...

¥7,2 por minuto

0055 GoGo Card

2000

Japão

Brasil

A venda nas lojas de conveniência

LAWSON, FamilyMart, KITA-KITA

COMPARE E TENHA UMA SURPRESA!

0055 GoGo Card	Do Japão, por minuto	De outros países, por minuto
Brasil Smart Phonecard	¥7,2	¥20 ¥30
Brasil Smart Phonecard	¥7,2	¥20 ¥30
Brasil Smart Phonecard	¥7,2	¥20 ¥30

0055 GoGo Card

Ative o cartão

Ative o cartão

Ative o cartão

PROMOÇÃO KDDI

0055 GoGo Card

Complete a frase:

0055 card

E GANHE CARTÕES de ¥300 GoGo Card

E MAIS, CONCORRA AO SORTEIO de um automóvel TOYOTA

10.000 GANHADORES

0077-78-5941

0077-78-9001

KDDI

CAPA DO INTERNATIONAL PRESS EDIÇÃO 829

DARTO BARRA **Brasileira**

Homenagens para o Brasil
Esportes, Segurança e Saúde

0120-199-245
Linha Verde 24 horas

THE DARTO BARRA LTD. - Tokyo, Brasil

58 **E1**

Empresas
oferecem
empregos

21 **TWENTY**
FIRST
0120-445-021

CARTÃO REMESSA

0120-570-842
Ligação Gratuita

ASIN AMIGO

MAIS

OS MELHORES
DESTINOS
DE VERÃO

Treze Homens
chega aos
cinemas
japoneses +3

As atrações
brasileiras no
Summer Sonic
Festival +6

BRASIL

Casal é
espancado no
Rio de Janeiro. A5

Prédio da TAM
Express foi
implodido. A5

TECNOLOGIA

Empresa quer
oferecer internet
em vôos. A4

Câmbio
(1 dólar)

País	Moeda	Cotação
USA	Dólar	1,00
UK	Libra	1,50
EUR	Euro	1,30
JPY	Yên	110,00
CHF	Franc	1,20
SGD	Dólar	1,30
HKD	Dólar	7,80
INR	Rúpia	45,00
THB	Baht	30,00
MYR	Ringgit	3,40
PHP	Peso	50,00
VND	Dínam	23,00
USD	Dólar	1,00
EUR	Euro	1,30
JPY	Yên	110,00
CHF	Franc	1,20
SGD	Dólar	1,30
HKD	Dólar	7,80
INR	Rúpia	45,00
THB	Baht	30,00
MYR	Ringgit	3,40
PHP	Peso	50,00
VND	Dínam	23,00

Fonte: Banco do Brasil

International Press

15 ANOS

ボルトガル語版 定価 ¥300 (税別)

2007年8月11日

Assoc. XV - Edição 829 - Japão - 11 de agosto de 2007

O JORNAL BRASILEIRO NO JAPÃO

www.ipcdigital.com

IMIGRAÇÃO » Visto para quem cometeu crime no Japão. C2

BRASIL LIVE EM GUNMA » C1

O Brasil Live foi uma das atrações do festival de verão realizado em Otsumi (Gunma) no final de semana. Apresentações de samba do grupo Barra Vermo, capoeira do grupo Arte Brasil, axé, grupo japonês de J-Pop, Inakayaro e DJs foram os destaques. O objetivo da festa foi a integração entre brasileiros e japoneses. No próximo ano, em comemoração ao centenário da imigração japonesa, a programação será especial.

CAPOEIRA » B7

Japoneses na roda

Festival realizado em Yokohama (Kanagawa) juntos a graduação (torre de cordão) de 20 alunos, a maioria de japoneses, com outras culturas ligadas à capoeira, como o maculelê e o jogo de serrinha.

FUTEBOL INTERNACIONAL » B2

Pato é do Milan

O que todo torcedor do Internacional temia finalmente foi oficializado: o atacante Alexandre Pato, principal nome do time gaúcho e uma das maiores revelações do futebol brasileiro nos últimos tempos, acertou contrato com o Milan, da Itália. A transação deve chegar a US\$ 30 milhões.

ATLETISMO » B1

Estrelas brasileiras em Osaka

A Confederação Brasileira de Atletismo anunciou os 43 atletas que representarão o Brasil no Mundial de Atletismo de Osaka, que será disputado a partir do dia 25. Os destaques da equipe são quatro atletas que estão entre os cinco melhores no ranking divulgado pela Federação Internacional de Atletismo. Maurren Maggi detém a melhor posição entre os brasileiros.

Alimentação » Estudo revela os impactos do refrigerante na saúde dos consumidores. B6

SUMÔ » B5

Asashoryu suspenso

O campeão máximo de sumô, o mongol Asashoryu, foi excluído dos próximos campeonatos por ter jogado uma partida de futebol em seu país, num período em que tinha defendido de participar de vários compromissos no Japão alegando uma lesão.

BRASILEIRO » B3

São Paulo é o novo líder

O São Paulo é o novo líder do Campeonato Brasileiro. Com a vitória por 2 a 0 sobre o Grêmio, no dia 5, o clube do Morumbi atingiu 34 pontos. O Botafogo, que tem um jogo a menos, aparece na segunda posição.

Nathália Mendes foi seqüestrada por um grupo de três brasileiros. C1

POLÍCIA INVESTIGA AGRESSÕES A MODELO

Familiares e amigos da brasileira Nathália Hirano Mendes, 21, vencedora do concurso Top Model Japan deste ano, receberam pelo celular uma foto da modelo com o rosto machucado. Juntamente com a foto, seguia uma mensagem em que o autor dizia estar fazendo justiça e questionava a beleza da modelo, que reside em Anjo (Aichi). O incidente, que mais parecia uma brincadeira de mau gosto, horas depois foi confirmado pelos pais de Nathália. Ela tinha sido levada e agredida por um grupo de três brasileiros, sendo duas

TAM » IML trocou corpo do ex-dekassegui vítima no maior acidente aéreo do Brasil. C1

VISTO AMERICANO » A3

Lei dos EUA pode liberar turista brasileiro de visto

Os Estados Unidos podem deixar de exigir visto dos turistas brasileiros. Uma lei assinada pelo presidente George W. Bush permite que países "amigos dos Estados Unidos" se candidatem ao programa de dispensa de visto, que possibilita a determinação de cidadãos permanecerem 90 dias nos EUA, sem necessidade dessa autorização. O Brasil se candidatará.

Verão » Piscinas estão abertas e são uma ótima opção de lazer para toda a família. C4

JAPÃO » A6

As cidades mais populosas

Pela primeira vez na história, a população de Tokyo, Osaka e Nagoya superou a total da população geral do Japão, que é de 127.053.471 habitantes. Tokyo é a mais populosa, com mais de 12 milhões de moradores.

CUSTO DE VIDA » A7

Gasolina, luz e gás mais caros

A alta da gasolina vai pesar no bolso dos consumidores, principalmente dos que planejam viajar nessas férias. E não é só abastecer o carro que está mais caro. Dez companhias de energia elétrica e quatro principais fornecedores de gás

TREM-BALA » A8

Shinkansen high-tech

Os fãs do trem-bala japonês têm um motivo a mais para procurar este meio de transporte de alta velocidade: o N700, o mais recente e mais avançado trem-bala japonês, chegou em 2 horas e 25 minutos, cinco minutos a menos do que antes. Além de mais rápido, o novo trem oferece mais conforto aos passageiros.

6.2 Questionário respondido pelos jornalistas brasileiros

1. Nome
2. Cidade onde nasceu
3. Formação acadêmica (graduação/qual faculdade)
4. Tempo de trabalho no Brasil
5. Tempo de trabalho no Japão
6. Veículos nos quais trabalhou no Brasil
7. Veículos nos quais trabalhou no Japão
8. Ocupação atual

9. Sou:

- () Issei ou tenho dupla cidadania
- () Nissei
- () Sansei
- () Yonsei
- () Mestiço*
- () Não tenho descendência japonesa

* Em caso de mestiço, favor assinalar também o grau de descendência japonesa.

10. Sobre a familiaridade com os costumes japoneses, antes de ir trabalhar no Japão, eu:

- () Tinha total familiaridade com o idioma e a cultura japoneses
- () Tinha razoável familiaridade com o idioma e a cultura japoneses
- () Tinha razoável familiaridade com a cultura japonesa e pouca familiaridade com idioma
- () Tinha razoável familiaridade com o idioma e pouca com a cultura
- () Não tinha familiaridade com a cultura e o idioma japoneses

11. Sobre meu nível de japonês, antes de ir para o Japão:

- ☐ Falava, lia e escrevia fluentemente
- ☐ Lia e escrevia fluentemente
- ☐ Lia e escrevia bem
- ☐ Lia e escrevia razoavelmente
- ☐ Falava bem e lia hiragana e katakana
- ☐ Falava bem, mas não lia ideogramas
- ☐ Não falava bem, mas lia hiragana e katakana
- ☐ Não falava nem lia muito bem
- ☐ Não falava nem lia muito bem, mas escrevia razoavelmente
- ☐ Falava apenas palavras básicas e não lia ideogramas
- ☐ Não falava e não lia japonês

12. Sobre meu nível de japonês atualmente:

- ☐ Falo, leio e escrevo fluentemente
- ☐ Leio e escrevo fluentemente
- ☐ Leio e escrevo bem
- ☐ Leio e escrevo razoavelmente
- ☐ Falo bem e leio hiragana e katakana
- ☐ Falo bem, mas não leio ideogramas
- ☐ Não falo bem, mas leio hiragana e katakana
- ☐ Não falo nem leio muito bem
- ☐ Não falo nem leio muito bem, mas escrevo razoavelmente
- ☐ Falo apenas palavras básicas e não leio ideogramas
- ☐ Não falo e não leio japonês

13. Em meu trabalho, saber o idioma japonês é:

- ☐ imprescindível para a realização da apuração, entrevistas e reportagens
- ☐ útil para a para a realização da apuração, entrevistas e reportagens
- ☐ desnecessário para a realização da apuração entrevistas e reportagens

14. Conto com a ajuda de intérpretes do idioma japonês em:

- ☐ 100% da apuração, reportagens e entrevistas
- ☐ 70% da apuração, reportagens e entrevistas

- ☐ 50% da apuração, reportagens e entrevistas
- ☐ 30% da apuração, reportagens e entrevistas
- ☐ 10% da apuração, reportagens e entrevistas
- ☐ não necessito da ajuda de interpretes nas reportagens porque sou fluente em japonês
- ☐ não necessito da ajuda de intérpretes nas reportagens pois a apuração, reportagens e entrevistas são totalmente feitas em português

15. Comparando-se o trabalho jornalístico realizado no Brasil e no Japão, posso afirmar que

- ☐ Não há qualquer diferença no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.
- ☐ Há pequenas diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.
- ☐ Há razoáveis diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.
- ☐ Há grandes diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.
- ☐ Há diferenças em apenas um ou dois processos jornalísticos. Citar quais

16. Sobre a realização do trabalho jornalístico no Japão, posso afirmar que:

- ☐ A adaptação à cultura japonesa é imprescindível para exercer a atividade
- ☐ A adaptação à cultura japonesa ajuda muito no exercício da atividade
- ☐ A adaptação à cultura japonesa ajuda um pouco.
- ☐ A adaptação à cultura japonesa não é relevante para o exercício da atividade.

17. Já integrou ou integra algum clube de imprensa japonês (kisha club) ou clube dos correspondentes estrangeiros?

- ☐ Sim, porquê? Qual?
- ☐ Não, porquê?

18. Se integrou, o que acha do funcionamento deles no sentido de auxiliar o jornalista na realização de uma reportagem:

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Razoável
- ☐ Ruim

19. Sobre os órgãos governamentais japoneses (por exemplo: Ministério da Justiça, Departamento de Imigração, Agência Nacional de Polícia, Ministério da Educação, prefeituras), como acha que a mídia brasileira é tratada:

- ☐ Excelente, sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Bom, na maioria das vezes atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Regular, nem sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista ou fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Ruim, não atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista nem fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Sua opinião

20. Sobre a cobertura da Casa Imperial, como acha que a mídia brasileira é tratada:

- ☐ Excelente, sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Bom, na maioria das vezes atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Regular, nem sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista ou fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Ruim, não atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista nem fornecem as informações necessárias às reportagens.
- ☐ Sua opinião

21. Com base na rotina de trabalho no Brasil, o que estranhou ou chamou a atenção quando começou a trabalhar no Japão:

- ☐ O fato de alguns entrevistados cobrarem pela entrevista
- ☐ O fato de a maioria dos jornalistas japoneses não fazer perguntas em entrevistas coletivas
- ☐ O fato de, algumas vezes, entrevistador e entrevistado trocarem presentes
- ☐ A pontualidade ao início dos trabalhos
- ☐ A grande preocupação com a privacidade por parte dos jornais japoneses, a não-divulgação de nomes de suspeitos.
- ☐ Outra resposta (citar)

22. Acha que a mídia japonesa (jornais, revistas, TVs, sites) influencia a mídia de cá com relação à pauta, modo de apuração, edição e publicação de notícias:

- ☐ Não
- ☐ Um pouco
- ☐ Razoavelmente
- ☐ Muito

23. Sobre os jornalistas brasileiros absorverem um estilo japonês de trabalho jornalístico?

- ☐ Nunca acontece
- ☐ Adquirem poucas características de trabalho
- ☐ Adquirem muitas características de trabalho
- ☐ Adotam um estilo quase totalmente japonês

24. Você acha que a visão dos japoneses sobre os de kasseguis brasileiros é

- ☐ Totalmente positiva
- ☐ Bastante positiva
- ☐ Em sua maior parte positiva
- ☐ Em sua maior parte negativa
- ☐ Bastante negativa
- ☐ Totalmente negativa

- () Os japoneses não voltam sua atenção aos dekasseguis
- () Depende da cidade e da concentração de brasileiros

25. Como vê a distribuição de notícias nos jornais brasileiros destinados à comunidade brasileira no Japão?

- () Mais notícias sobre o Brasil e menos notícias sobre o Japão e brasileiros no Japão
- () Metade das notícias sobre o Brasil e metade sobre o Japão e brasileiros no Japão
- () Mais notícias sobre o Japão e brasileiros no Japão e menos sobre o Brasil.

26. Sobre o interesse do leitor:

- () É maior em relação às notícias do Brasil
- () É igual em relação às notícias do Brasil, sua comunidade e o Japão.
- () É maior em relação às notícias de sua comunidade e do Japão.

27. Sobre a adaptação dos brasileiros ao Japão nos aspectos cultural, profissional, educacional e integração à sociedade, os jornais desempenham um papel que considero:

- () Fundamental
- () Importante
- () Relativo
- () Pouco influente
- () Sem influência

28. Sobre sua adaptação ao Japão:

- () estou muito bem adaptado ao país
- () estou razoavelmente adaptado ao país
- () estou em fase de adaptação ao país
- () não me adaptei ao país

29. Sobre sua adaptação ao trabalho:

- () adaptei-me imediatamente. O funcionamento do trabalho jornalístico é

igual ao do Brasil

() adaptei-me gradativamente. O funcionamento do trabalho jornalístico é semelhante ao do Brasil, com algumas diferenças

() levei meses para me adaptar. O funcionamento do trabalho é razoavelmente diferente do Brasil, pois há grandes diferenças

() estou em fase de adaptação. O funcionamento do trabalho jornalístico lembra o do Brasil mas, na prática, é bem diferente.

() não estou me adaptando porque o funcionamento do trabalho jornalístico em nada se assemelha ao do Brasil

30. Sobre as entrevistas coletivas promovidas por fontes japonesas:

() são exatamente iguais às coletivas do Brasil

() são em parte iguais às coletivas do Brasil. A condução da coletiva é semelhante ao Brasil, mas o comportamento dos jornalistas é diferente.

() são semelhantes às coletivas do Brasil. O comportamento dos jornalistas é igual, mas a condução da coletiva é diferente.

() são diferentes das coletivas brasileiras tanto na condução da coletiva quanto no comportamento dos repórteres.

31. Sobre a apuração junto às fontes japonesas:

() não há diferença da apuração no Brasil

() há pequenas diferenças da apuração no Brasil

() é bastante diferente da apuração no Brasil

() é totalmente diferente da apuração no Brasil

32. Para a realização de um bom trabalho jornalístico no Japão, estabeleça em ordem numérica as atribuições que um jornalista deve ter (1 para o que considera mais importante; 13 para o que considera menos importante:

() ser nikkei

() falar japonês

() ler japonês

() escrever japonês

() ser formado em jornalismo

- () ter pós-graduação
- () falar e escrever inglês
- () falar e escrever outro (s) idioma (s)
- () ter sido dekassegui
- () ter experiência como jornalista no Brasil
- () ter experiência como jornalista no Japão
- () conhecer a cultura e costumes japoneses
- () estar adaptado ao Japão

33. O que o trabalho em jornais do Japão acrescentou à sua experiência como jornalista profissional?

6.3 Questionário respondido pelos jornalistas japoneses

1. Nome
2. Província onde nasceu
3. Formação acadêmica (graduação/qual faculdade)
4. Tempo de trabalho no Brasil
5. Tempo de trabalho no Japão como jornalista
6. Veículos nos quais trabalhou no Brasil
7. Veículos nos quais trabalhou no Japão
8. Ocupação atual
9. Qual a maior dificuldade de trabalho na América Latina?
10. Qual a maior dificuldade de trabalho Japão?
11. Tem tsuyako para ajudá-lo no trabalho?
12. Estuda português?
13. Conhece os jornais brasileiros do Japão?
14. Quanto tempo um correspondente fica em média na América Latina?
15. O correspondente escolhe voltar ao Japão ou ficar na América Latina após o período delimitado?
16. Em uma superficial avaliação dos jornais japoneses, como classifica as coberturas deles? Mais nacional? Equilibrada entre nacional e internacional? Pouca coisa sobre brasileiros e estrangeiros em geral?
17. Sobre a familiaridade com os costumes brasileiros antes de ir trabalhar no Brasil, o sr.:
 - () Tinha total familiaridade com o idioma e a cultura brasileiros
 - () Tinha razoável familiaridade com o idioma e a cultura brasileiros
 - () Tinha razoável familiaridade com a cultura brasileira mas pouca familiaridade com idioma.
 - () Não tinha familiaridade com a cultura e o idioma brasileiros.
18. Comparando-se o trabalho jornalístico que realizei no Japão e agora realizo no Brasil, pode afirmar que:
 - () Não há qualquer diferença no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.

() Há pequenas diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.

() Há razoáveis diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.

() Há grandes diferenças no modo de apuração, edição e veiculação de notícias.

19. Sobre a realização do trabalho jornalístico no Brasil posso afirmar que:

() A adaptação à cultura brasileira é imprescindível para exercer o jornalismo no Brasil

() A adaptação à cultura brasileira ajuda muito no exercício do jornalismo no Brasil

() A adaptação à cultura brasileira ajuda um pouco no exercício do jornalismo no Brasil.

() A adaptação à cultura brasileira não é relevante no exercício do jornalismo no Brasil.

20. No jornalismo japonês, existe a relação de senpai e kohai?

21. Já integrou ou integra algum clube de imprensa japonês (kisha club) ou clube dos correspondentes estrangeiros?

() Sim. Qual?

() Não

22. Se integrou, o que acha do funcionamento deles no sentido de auxiliar o jornalista na realização de uma reportagem:

() Ótimo

() Bom

() Razoável

() Ruim

23. Porque os kisha club são tão difíceis de entrar para os estrangeiros?

24. Sobre os órgãos governamentais brasileiros (por exemplo: Ministério da Justiça, Departamento de Imigração, Agência Nacional de Polícia, Ministério da Educação, prefeituras), como acha que eles tratam a mídia japonesa:

() Excelente, sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.

() Bom, na maioria das vezes atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista e fornecem as informações necessárias às reportagens.

() Regular, nem sempre atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista ou fornecem as informações necessárias às reportagens.

() Ruim, não atendem os pedidos da imprensa, as solicitações de entrevista nem fornecem as informações necessárias às reportagens.

25. Com base na rotina de trabalho no Japão, o que estranhou ou chamou a atenção quando começou a trabalhar no Brasil?

() O fato de alguns entrevistados não cobrarem pela entrevista

() O fato de a maioria dos jornalistas brasileiros fazerem perguntas em entrevistas coletivas

() Entrevistador e entrevistado nunca trocam presentes

() A falta de pontualidade ao início dos trabalhos

() A pouca preocupação com a privacidade por parte dos jornais japoneses, a não divulgação de nomes de suspeitos.

() Sua opinião

26. Sobre os jornalistas japoneses absorverem um estilo brasileiro de trabalho jornalístico?

() Nunca acontece

() Adquirirem poucas características de trabalho

() Adquirem muitas características de trabalho

() Adotam um estilo quase totalmente brasileiro

27. Você acha que a visão dos japoneses sobre os dekassegus brasileiros é

() Totalmente positiva

() Bastante positiva

() Em sua maior parte positiva

- ☐ Em sua maior parte negativa
- ☐ Bastante negativa
- ☐ Totalmente negativa
- ☐ Depende da região e da concentração de brasileiros

31. Sobre sua adaptação ao Brasil:

- ☐ adaptei-me rapidamente ao país
- ☐ adaptei-me gradativamente ao país
- ☐ levei meses para me adaptar ao país
- ☐ estou razoavelmente adaptado ao país
- ☐ estou em fase de adaptação ao país
- ☐ não me adaptei ao país

32. Sobre sua adaptação ao trabalho:

- ☐ adaptei-me imediatamente. O funcionamento do trabalho jornalístico é igual ao do Japão
- ☐ adaptei-me gradativamente. O funcionamento do trabalho jornalístico é semelhante ao do Japão, há algumas diferenças
- ☐ levei meses para me adaptar. O funcionamento do trabalho é razoavelmente diferente ao do Japão, há grandes diferenças
- ☐ estou em fase de adaptação. O funcionamento do trabalho jornalístico lembra o do Japão mas na prática é bem diferente.

33. Sobre as entrevistas coletivas promovidas por fontes brasileiras:

- ☐ são exatamente iguais às coletivas do Japão
- ☐ são em parte iguais às coletivas do Japão. A condução da coletiva é semelhante, mas o comportamento dos jornalistas é diferente.
- ☐ são semelhantes às coletivas do Japão. O comportamento dos jornalistas é igual mas a condução da coletiva é diferente.
- ☐ são diferentes das coletivas japoneses tanto na condução da coletiva quanto no comportamento dos repórteres.

34. Sobre a apuração junto às fontes brasileiras comparando com o Japão:

- ☐ não há diferença da apuração

- () há pequenas diferenças da apuração
- () é bastante diferente da apuração
- () é totalmente diferente da apuração

35. O que o trabalho em jornais no Brasil acrescentou à sua experiência como jornalista profissional?