
**DESCENDENTES, ESTEREÓTIPOS E REPRESENTATIVIDADE:
A BUSCA DE UMA IDENTIDADE**

**Claudia Moraes Toyama¹
Paula Campos de Castro²**

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar transtornos decorrentes do imaginário da população brasileira diante dos japoneses e seus descendentes. Este modelo de pensamento surgiu ante à imigração e perdura até os dias atuais, sendo veiculado pelas plataformas de comunicação. Apresentam-se fatores que ponderam os efeitos destes pensamentos para essa “minorias modelo”, impactando em estereótipos e a falta de representatividade.

PALAVRAS-CHAVE: Design de Moda; Imigração Japonesa; Estereótipos; Representatividade; Mídia.

INTRODUÇÃO

O aspecto sobre a representatividade racial na mídia vem ganhando mais destaque e visibilidade a partir do século XXI, devido principalmente às plataformas de comunicação virtual. Porém, a representação de asiáticos no Brasil ainda tem pouca evidência. Isto se deve, talvez, ao fato de que quando se fala de raça, geralmente apenas negros e brancos são lembrados. Para uma melhor compreensão, é necessário dissertar sobre questões políticas e culturais dentro de uma sociedade e sobre o continente europeu, que ganhava destaque no século XVI.

O campo de pesquisa retrata temas relacionados à construção do imaginário da população de imigrantes japoneses que começaram a chegar no Brasil no século XIX e seus descendentes, desde essa época até os dias de hoje. O trabalho tem

¹ Graduada em Design de Moda pelo Centro Universitário Estácio de Juiz de Fora.

² Pós-Graduada em Moda, Cultura da Moda e Arte, professora nas áreas de graduação do Centro Universitário Estácio Juiz de Fora.

como objetivo mostrar a importância de uma representatividade fiel dos descendentes japoneses e asiáticos, discursando sobre as suas consequências ao longo do projeto.

O trabalho foi separado em sete tópicos, nos quais são apresentados a construção de pensamentos racionalistas tendo como base o artigo de José Jorge de Carvalho, *Racismo fenótipo e estéticas da segunda pele* (2000) e a obra de Rogério Dezem, *Matizes do “Amarelo”- A gênese do discursos sobre os orientais no Brasil 1878-1908* (2008). Este capítulo tende a explicar as influências causadas pelos padrões da Europa no Brasil entre o século XIX.

No capítulo 3 são abordados os motivos da vinda dos japoneses com intuito de mostrar a sua vivência em território brasileiro e como a sua imagem trazia descontentamentos à população brasileira. A divisão traz coletâneas de trabalhos entre; Célia Sakurai, *Imigração tutelada: os japoneses no Brasil* (2000); Marcelo Alario Ennes, *A construção de uma identidade inacabada: nipo-brasileiros no interior do Estado de São Paulo* (2001) e também Dezem.

Em Japonismo e imaginário da população brasileira utilizou-se como apoio a obra de Dezem que expressa a imagem do imigrante japonês no Brasil através de publicações da revista *O Malho*. quinto capítulo, o foco é o estereótipo da minoria modelo no Brasil e o seu surgimento na segunda geração de descendentes de japoneses através das obras de Jeffrey Lesser, *Uma diáspora descontente – Os nipo-brasileiros e os significados da militância étnica 1960-1980* (2008) e Caynã de Camargo Santos e Claudia Rosa Acevedo, *A minoria modelo: uma análise das representações de indivíduos orientais em propagandas no Brasil* (2013). Essa parte também evidencia a utilização dos descendentes nas mídias para promover a brasilidade como não nacional.

O capítulo Mídia – anos 60 e 70, completa o capítulo anterior exibindo surgimento de outros estereótipos através de filmes e propagandas como demonstrado no trabalho de Lesser. O último capítulo foi embasado na tese de Santos e Acevedo, intitulada a questão de minoria modelo no Brasil, que traz para a atualidade a imagem do asiático na mídia e suas consequências.

1. PENSAMENTOS RACIONALISTAS

Conforme Carvalho explica em *Racismo fenótipo e estéticas da segunda pele* (2000), o padrão caucasiano como beleza teve início quando os europeus conquistaram a América e estabeleceram o tráfico de escravos da África para o Novo Mundo. Assim foi imposta a imagem de superioridade do homem branco entre os demais.

Conforme a expansão europeia acontecia, era mais visível a imposição da supremacia racial branca. Essa padronização teve maior impacto durante o alto imperialismo, correspondente à competição que ocorria entre os reinos da Europa. O objetivo era transformar o “o corpo branco ocidental em objeto de desejo universal” (CARVALHO, 2000, p.1).

Esse impulso andava paralelamente com questões de uma sociedade em formação, o que facilitava na construção do modelo ideal. A dominação política, militar, científica, na arte e no comércio da Europa davam mais motivos para a projeção de que o branco era superior. Era preciso impor e desqualificar o que era ou não ideal, dentro de características estéticas ou culturais. Assim, para consolidar a sua dominância, foi então imposto o padrão de corpo trazendo suas características físicas em um patamar. (CARVALHO, 2000)

Diante de uma sociedade onde o fenótipo racial crescia era possível formar o belo e o feio, o certo e o errado, o “bem” e o “mal” apenas com padrões. Aqueles que não partilhavam das estéticas ganhavam rótulos e eram mal vistos na elite, aumentando então o desconforto da própria pele. Atualmente, pode-se perceber esses padrões ocorrendo em grandes indústrias da mídia. (CARVALHO, 2000).

No Brasil, segundo Dezem (2005) , essas questões entravam em conflito principalmente pela formação de uma nacionalidade mestiça entre negros, índios, brancos e mestiços. O que na época (entre o século XIX e início do XX) era considerada como um contratempo, já que um país de destaque e de exemplo deveria ter todo povo pertencente a cor branca. A mestiçagem era considerada como degradação de uma nação, situações que fizeram com que muitos políticos e intelectuais do século estimulassem a imigração europeia.

Por não ser mais um país dependente de seus colonizadores, era necessário à criação de uma nacionalidade, não apenas para tirar o rótulo de país atrasado (termo que era utilizado para se referir ao Brasil por conta da mestiçagem), mas também para se desvincular de Portugal. Em meio a uma crise de identidade nacional, o Brasil ainda era influenciado culturalmente por padrões europeus, até mesmo na literatura, que servia de base para a escrita brasileira. Na formação de opiniões não era diferente, discursos racionalistas da Europa estipulavam uma nação ideal e o Brasil por sua vez mestiça, começava a se apropriar desses pensamentos, mas trazendo para a realidade de sua nação (DEZEM, 2005).

No início do século XX, a obra de Gilberto Freyre, *Casa Grande e Senzala*, 1933, ajuda a formular a nacionalidade brasileira, isto porque Freyre inverte os papéis de discursos racionalistas e traz a mestiçagem como uma vantagem ao povo brasileiro, sendo único e rico de culturas vindas de negros, brancos e índios. O que é então ser brasileiro já estava se formando. Neste momento nota-se que na formação de uma nacionalidade brasileira, os japoneses e descendentes ficam excluídos.

2. IMIGRAÇÃO JAPONESA

A expansão cafeeira e a abolição da escravatura foram em grande parte um marco para a história de imigrantes no Brasil. No capítulo anterior pode-se notar a importância dos pensamentos racionalistas para a formação adequada e desejada de um país. De modo geral, a imigração teve como principal motivo, a demanda crescente de mão-de-obra e as questões racionalistas.

O “caráter” da raça brasileira era motivo de discussões e debates entre políticos e intelectuais da época. A procura para uma solução devida à mestiçagem, trazia projetos de branqueamento da população que incentivava a imigração europeia. Para o imigrante japonês, a sua história no Brasil não teria início se as condições desses trabalhadores fossem melhores. Sendo assim o japonês acabou sendo uma solução pela falta de trabalhadores e não como projeto de branqueamento. Desejáveis como mão de obra e indesejáveis como raça, essa era a sua realidade. (DEZEM, 2005)

Os primeiros imigrantes japoneses chegaram ao Brasil em 1908 pelo navio *Kasato Maru* com o total de 761 pessoas. O que se observa nessa primeira leva de trabalhadores, são características fortemente enraizadas em tradições e cultura. Esse espírito conhecido como *Yamato Damashi*, deve-se a uma tradição militarista, baseada nos ensinamentos dos samurais, cercados de atributos éticos e morais que se reforçaram ainda mais com a vitória do Japão contra os russos (1904- 1905) e chineses (1894-1895). As tradições seguidas com orgulho pelos japoneses trouxeram choques culturais e falta de assimilações. Cabe ressaltar que o japonês, até a Segunda Guerra Mundial, não via o Brasil como um lugar fixo para se viver. O propósito principal era acumular capital e status para voltar ao lugar de origem.

Assim, a assimilação da cultura não tinha uma finalidade, o que acabou dificultando a convivência entre os brasileiros e, também, com os outros imigrantes. Para o japonês o que se tornou prioridade era o trabalho, essa seria a maneira mais rápida para a realização do retorno. Porém, às condições das lavouras eram bastante decadentes e o desejo acabou se encontrando ainda mais distante (ENNES, 2001).

O sonho de retornar rápido para o Japão tornava-se mais distante. Enquanto isso, na lavoura do café, nas roças, nos armazéns das fazendas, em seu dia-a-dia, trava-se um conjunto de relações sociais quase sempre marcadas pelos conflitos. [...] grande parte das propagandas sobre o Brasil feitas por essas empresas de emigração no Japão não correspondiam à realidade das fazendas e cafezais paulistas. Algumas empresas apropriaram-se de modo indevido do dinheiro que os emigrantes teriam colocado sob a sua guarda. (HANDA apud ENNES, 2001, P.54)

As dificuldades vividas por esses imigrantes incluíam descontentamentos, não somente pelo choque cultural e ilusões causadas por empresas japonesas, mas também a falta de pagamento e a alimentação precária. Essas situações resultaram em greves que foram consideradas como um fracasso em relação à primeira leva desses imigrantes.

Para o Japão, o necessário seria intervir de maneira com que não abalasse os acordos com o Brasil. A segunda parte da imigração japonesa, passa a vir com certificados de experiência de trabalho em lavouras (ENNES, 2001). O que deve ter em mente, é que o incentivo à imigração vinda do Japão agora trazia consigo significados relevantes para a sua história.

O Japão passava por uma restauração no governo com o propósito de se modernizar de maneira que o Ocidente passasse a percebê-lo como uma potência. Essa restauração, conhecida como Era *Meiji* (1865-1912), trouxe impacto para a vida dos cidadãos. A alta inflação causada por essa restauração fez com que muitos perdessem suas casas e a proibição do aborto, que até então era permitida, traz grandes índices de natalidade. A solução era incentivar a política imigratória. Para não causar revoltas, o governo japonês passa a colocar uma missão de honra a esses imigrantes, lembrando-os de que seriam como “pequenos embaixadores do Japão” (DEZEM, 2005, p. 132) e que deveriam passar uma imagem positiva, mostrando a cultura e ensinamentos étnicos. Pode-se perceber que o espírito japonês, *Yamato Damashi*, é inserido neste momento e cumprido pelos imigrantes que chegaram ao Brasil.

Essa manipulação não contava com o retorno desses imigrantes, sendo assim, o governo passa a fazer de tudo para que não ocorram retornos. Esses trabalhadores passam a contar com auxílio do governo japonês, na educação e na saúde para suprimir os movimentos grevistas (SAKURAI, 2000).

Enquanto a primeira geração trazia consigo o *Yamato Damashi* e descontentamentos, para a segunda fase dessa imigração a desilusão faz com que um novo plano fosse executado. O japonês passa a buscar uma nova postura: a de permanência provisória, mas de longa duração. Neste momento o almejo é de trabalho autônomo que para conquistá-lo seria necessário à posse de terras (ENNES, 2001).

Almejar a condição de proprietário ou mesmo de arrendatário transcendia a dimensão econômica em seu sentido restrito. Significava, também, credenciar-se perante a comunidade de origem, no Japão. (ENNES, 2001, P.58)

Essa nova postura demandava de um esforço maior dos japoneses. Esse espírito se transformava em *Gambarê*, seu significado vinha de vencer e se esforçar nas terras brasileiras (SAKURAI, apud, ENNES, 2001).

Conforme a aquisição financeira desse imigrante se consolida, a formação de colônias começa a surgir de maneira voluntária. Os proprietários dessas terras começam a liderar as colônias de forma com que se incentivem os ensinamentos

sobre a cultura de origem, passando adiante para a nova geração. Os japoneses então exerceram um sistema baseado no “caráter” do povo japonês (ENNES, 2001). O que se entende é que esses imigrantes passam a se excluir do nacional devido às diferenças culturais.

O Brasil, que era baseado em um padrão europeu, não facilitava para esses imigrantes. A dificuldade na comunicação, na cultura e na convivência fez com que o japonês se remetesse a uma maneira de conseguir viver em terras brasileiras. A exclusão acaba agindo de maneira natural, fazendo assim, com que esses trabalhadores comesçassem a se unir até formar as colônias.

A imagem do japonês para o brasileiro era de um povo trabalhador, carregado de um forte ligamento com a cultura de origem. Apesar de ter se tornando uma consequência para a assimilação, os japoneses acreditavam que estavam cumprindo sua missão de “embaixadores”. A exclusão, tanto por falta de assimilação da cultura quanto, principalmente, pela dificuldade na comunicação, fazia com que os brasileiros os enxergassem como fechados, causando descontentamento da população nacional. Essa decepção tinha como motivo as expectativas geradas a partir da construção do imaginário da população brasileira que possuía como referência imagens do japonismo através da revista *O Malho*.

3. JAPONISMO E O IMAGINÁRIO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA.

A imagem do imigrante japonês que reforça o imaginário da população brasileira está vinculada a momentos históricos do Japão diante do mundo. Segundo Dezem (2005), o Japão foi “descoberto” pelos portugueses aproximadamente em 1542/1543, mas foi somente a partir de 1547 que sua imagem se consolidou diante do ocidente. Neste mesmo ano, o navegador português, José Álvares, que havia chegado ao Japão, relatou pela primeira vez na história as impressões sobre o país do sol nascente. Essas impressões traziam consigo imagens positivas, como o culto da honra pelos samurais, a beleza das mulheres japonesas, a etiqueta e a cortesia do povo japonês.

Por outros navegadores o Japão sempre foi visto como o diferente, exótico, o que despertava ainda mais uma curiosidade para o ocidente. Essa figura vinculada ao Japão acabou ganhando mais força quando o neocolonialismo e imperialismo se encontraram com este país.

O Japão até então recluso do resto do mundo durante a era *Tokugawa* (1853-1867), se viu pressionado a abrir seus portos para o Comodoro Mathew C. Perry após 200 anos da chegada dos portugueses. O que se podia notar era uma cultura intacta que correspondia às expectativas do imaginário de Perry. (DENZEM, 2005)

Foram essas características do estético que começavam a chamar atenção da Europa e dos Estados Unidos. As artes japonesas se transformavam em objeto de desejo entre os colecionadores europeus, tornando-se moda ao redor do mundo. O Japonismo, nome dado pelo colecionador francês Philippe Burty para referir a essa estética, acaba se transformando como referência do Japão (DEZEM, 2005).

Mitificou-se a gueixa, o samurai e as cerejeiras, enfim, elementos que, inofensivos à cultura ocidental, tornam-se referência do Japão para o Ocidente. Preservou-se o lúdico, o belo, o gracioso, enquanto se relegava ao “esquecimento” o espírito belicoso do japonês que, ao longo de sua história, continuou a nortear a identidade nacional japonesa. (DEZEM, 2005, P.129)

Para os brasileiros a imagem do japonês também estaria vinculada ao japonismo. Antes mesmo dos imigrantes chegarem ao Brasil a construção de um imaginário já se formava.

A guerra russo-japonesa (1904-1905) foi fundamental para essa formação. Enquanto nos Estados Unidos e na Europa via-se o Japão como um perigo amarelo, no Brasil, o exotismo das gueixas prevalecia. A revista *O Malho*, foi essencial para a formação de estereótipos.

No mês de março de 1904 *O Malho* convida seus leitores a participarem de uma enquete sobre quem venceria a guerra entre russos e japoneses. O questionário era composto por três perguntas:

- 1) interessa-se pelo conflito Russo-japonês?
- 2) por qual dos países manifesta os seus votos?
- 3) por que?

As respostas eram respondidas através de cartas que logo seriam publicadas nas edições da revista.

No dia 9 de abril de 1904 a votação foi encerrada e o resultado trouxe o Japão como vencedor.

Pelo Japão – 4.169 votos Pela Rússia – 1.132 votos

Em relação aos votos favoráveis a Rússia se baseavam no ódio á raça amarela, favor ao imperialismo e o povo cristão. Enquanto o Japão trazia respostas mais complexas e diversificadas. As respostas em favor ao Japão seguiam de motivos contra o imperialismo da Rússia e admiração de uma cultura baseada em honra. Essa admiração resultou em imagens criadas a partir do imaginário da população brasileira que se baseava no japonismo, como pode se observar nas figura 1, 2 e 3, abaixo.

Figura 1 - "A Gueixa", desenho de Joaquim Cunha.

O Malho. Rio de Janeiro, n. 26, 14.03.1903. (Capa O Malho)

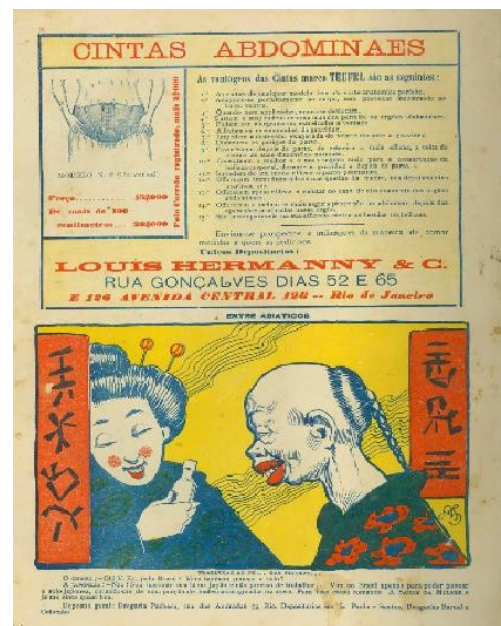


Figura 2 - "Entre Asiáticos"

Fonte: O Malho. Rio de Janeiro, n. 277, 4 de janeiro de 1908, p. 40. BN

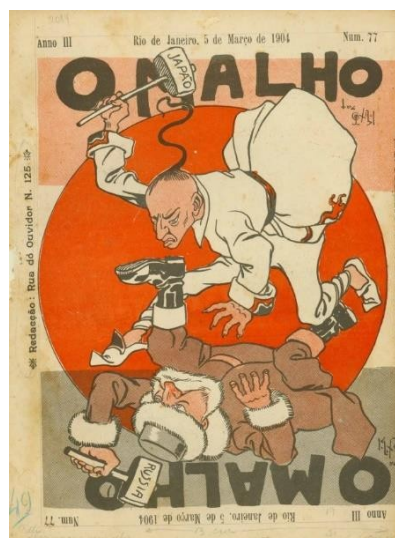
Figura 3 - "Banzai Japão", desenho de Raul.



Fonte: Revista da Semana. Rio de Janeiro, n. 254, 26 de março de 1905. (Capa). BN

Pode se observar que o Japão é retratado como feminino, delicado. Essa imagem feminina despertava nos brasileiros um fetiche pelas gueixas. Apesar das imagens serem carregadas de referência japonesa, pouco se conhecia ainda sobre esse país. Diante da figura “Entre Asiáticos”, nota-se o chinês (homem de tranças) sendo retratado como um japonês. Esse equívoco ocorre novamente, quando o Japão passa a ser mostrado como um povo heroico e bravo no conflito com a Rússia.

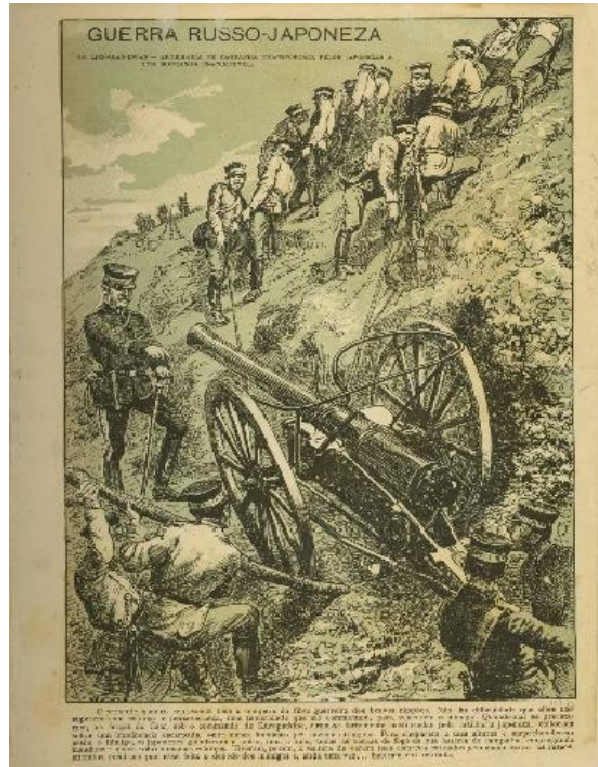
Figura 4 - “O Japão Chinês”, charge de K. Lixto.



Fonte: O Malho. Rio de Janeiro, ano III, n. 77, 5.03.1904. (Capa). BN

O homem de tranças, que retrata o Japão, na verdade traz referência à cultura chinesa, o que também pode ser visto na figura 4. O que talvez fosse um dos motivos de reforçar estereótipos em que os países asiáticos são iguais.

Figura 5 - "Os bravos nippões"



Fonte: O Malho. Rio de Janeiro, n. 107, 1 de outubro de 1904, p. 11. BN.

As expectativas cresciam entre os brasileiros, começava-se a apreciar a cultura japonesa apenas pelo que se sabia dela. As revistas que notaram esses interesses passaram a publicar curiosidades sobre a cultura e como consequência a imaginação sobre esses povos aumentava entre os nacionais, como mostram as figuras 6 e 7.

Figura 6 - “Os voluntários da morte”

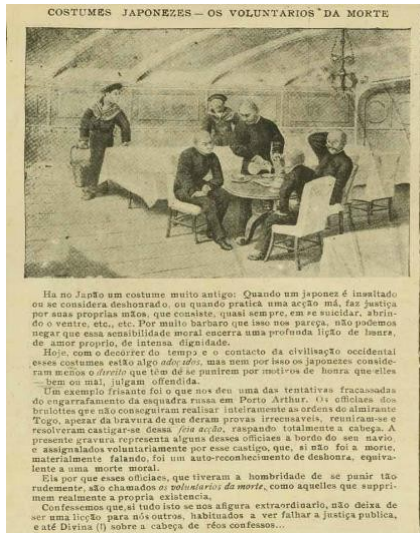
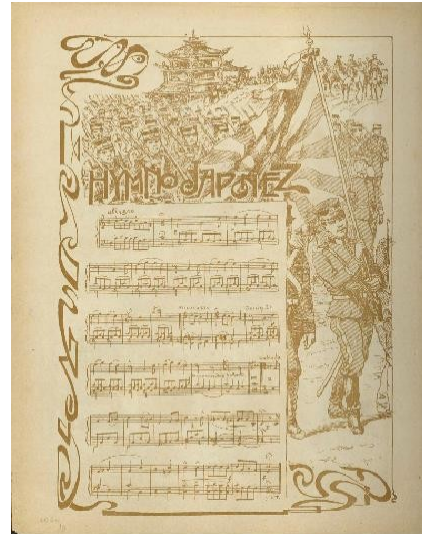


Figura 7 - “Hymno Japonez”



Fonte: O Malho. Rio de Janeiro, n.97,
23.07.1904, p. 18 . BN.

Fonte: O Malho. Rio de Janeiro, n. 105,
17 de setembro de 1904, p. 12. BN.

Essas imagens acabaram se modificando quando a chegada dos imigrantes japoneses não correspondeu a essas fantasias. Conforme Dezem (2005), a publicação de dezembro de 1908 da revista *O Malho* traz imagens negativas inspiradas na religião, cultura e concorrência trabalhista, sobre os imigrantes japoneses. Anos depois os aspectos dos japoneses e seus descendentes voltaram a ser retratados ao japonismo e estereótipos da raça, através das plataformas de comunicação.

4. MINORIA MODELO NO BRASIL – A SEGUNDA GERAÇÃO DE DESCENDENTES

No capítulo da Imigração Japonesa nota-se a formação de uma colônia e o almejo por condições de trabalho melhores. O japonês passa a se dedicar a objetivos que levariam à realização de retorno ao Japão, mas ao mesmo tempo trazendo à realidade onde a permanência seria provisória e de longa duração. Neste momento a segunda geração das famílias desses imigrantes, os descendentes ou

nikkeis, “migram para São Paulo em busca de educação e avanço profissional” (LESSER, 2008, p. 36).

A expansão econômica de São Paulo no século XIX e XX, o torna como modelo para o Brasil e começa a chamar atenção de todos os imigrantes, incentivando a mudança para o Estado. O que levaria aos descendentes japoneses a buscarem por uma profissionalização, além dessa situação, está ligado ao regime militar que passa associar o Japão aos “japoneses” brasileiros logo quando o país se ergue como potência após a Segunda Guerra Mundial. Como Lesser pontua esses jovens *nikkeis* “... viram-se ligados ao capital internacional de forma que vieram a alterar a construção de sua identidade” (LESSER, 2008, p. 35).

A posição do Japão no cenário mundial significava que os *nikkeis* eram vistos, ao mesmo tempo, como “radicalmente diferentes” e como parte de uma “identidade capitalista comum” [...] geralmente seguiam os caminhos de seus pais e pelo regime militar, focados no sucesso econômico individual (LESSER, 2008, p. 36).

Esses descendentes começam a ter destaque no ensino superior e no sucesso econômico a partir dos anos 60 e 70. Nesta mesma época, o Japão é visto como exemplo e os brasileiros passam a enxergar os descendentes como japoneses do Brasil. Essa visão apropriada do sucesso dos *nikkeis* para trazer a imagem de brasilidade de forma equivocada, já que o uso deles era sempre para retratar como diferentes e não como brasileiros.

Para o Estado, o sucesso do descendente cria oportunidades e reafirmação de que São Paulo era de fato um modelo. Nas propagandas os *nikkeis* são utilizados pela mídia para anunciar os cursinhos pré-vestibulares e ao mesmo tempo reafirmar que não eram nacionais. Essas imagens eram carregadas de estereótipos da Minoria Modelo (LESSER, 2008).

A minoria modelo é um termo utilizado para designar a comunidade oriental que carrega consigo estereótipos “positivos”. Surgiu nos Estados Unidos a partir de estudos feitos sobre o ponto de vista do público americano. Os resultados conduziam que o grupo asiático seria essencialmente intelectual e talentoso (COHEN, DELENER, NEELANKAVIL apud SANTOS, ACEVEDO, 2013).

Essa imagem se reforçava com o desenvolvimento do nível de escolaridade e cargos de gerência desse grupo (TAYLOR, LANDRETH, BANG apud SANTOS, ACEVEDO, 2013).

A partir desse quadro, discute-se se os estereótipos atribuídos aos asiáticos naquele país e a decorrente categorização do grupo como "minorias modelo" não sejam inerentemente produtos da realidade, visto que de certa forma o perfil demográfico do grupo corrobora tais pontos de vista e também essa imagem "ideal" de oriental (Delener & Neelankavil, 1990; Taylor & Stern, 1997). Taylor, Landreth e Bang (2005) agregam outros elementos à discussão ao alertarem sobre as consequências que essas imagens podem trazer aos indivíduos do grupo, afirmando que enquanto à primeira vista o estereótipo de "minorias modelo" parece positivo ou na pior das hipóteses inofensivo, tal rótulo torna a minoria mais vulnerável. Tal vulnerabilidade reside no fato de que indivíduos do grupo que não condizem com o estereótipo sentem-se pressionados socialmente a moldarem sua personalidade e sua forma de interação com o mundo, chegando ao ponto de certas pessoas vivenciarem depressão, baixa autoestima ou outros distúrbios decorrentes dessa situação (Lorenzo, Frost e Reinherz, 2000). (SANTOS, ACEVEDO, 2013, p. 6)

Como Wilkes e Valencia (1989) afirmam, a propaganda é uma das instituições mais visíveis e persuasivas da cultura norte-americana. Ela traduz a consciência coletiva diante de imagens e fornece modelo de uma determinada situação, seja referente à sexualidade, nacionalidade, etnia, cultura ou raça, definindo o que seria moral ou imoral (KELLNER apud SANTOS, ACEVEDO 2013).

As empresas promotoras de peças publicitárias utilizam dessas situações para demonstrar suas ofertas em imagens persuasivas, visando o aumento de venda e lucro. Como consequência, as imagens que são retratadas não correspondem à realidade da diversificação social (BROWEN, SCHMID apud SANTOS, ACEVEDO, apud 2013).

A partir do sucesso dos *nikkeis*, os brasileiros começam a apreciar e se interessar mais pela cultura japonesa, transferindo seu imaginário para inspirações em filmes e outras propagandas. O que se pode constatar é que as imagens não traziam a fidelidade em relação aos descendentes, elas se baseavam nos estereótipos da Minorias Modelo e o fetiche da submissão das gueixas.

5. MÍDIA – ANOS 60 E 70

A grande presença dos imigrantes japoneses em São Paulo e o sucesso vindo dos descendentes traziam expectativas geradas a partir do imaginário que era traduzido nas mídias. A cidade naquela época começa a consumir produtos japoneses devido ao vínculo do Brasil com o Japão. Esses produtos de uma qualidade notável trazia o respeito do povo brasileiro, que mais tarde, utiliza os descendentes para promover a mercadoria brasileira passando a ideia de que seria tão boa quanto ao dos japoneses do Japão. Essas figuras lembravam que os descendentes eram japoneses e não brasileiros.

Já na parte de entretenimento, os filmes japoneses serviam de inspiração para a cinematografia brasileira. Como afirma Lesser (2008), *Noite Vazia*, de Walter Hugo Khouri de 1964 e *Meu Japão Brasileiro* de Mazzaropi de 1965, foram dois dos primeiros filmes a utilizar atores *nikkeis* em suas produções. Em *Noite Vazia*, é retratada a história de Luís, um mauricinho milionário, que junto ao seu amigo, procuram satisfazer seus prazeres na vida noturna da cidade. Nesta procura, Luís se queixa em uma das cenas de “quem é diferente sempre tem dono”, se referindo à mulher que tentava cobiçar. O contexto de diferente traz referência à cultura japonesa no Brasil, onde o cenário das reclamações de Luís muda, e junto a ele a música tradicional japonesa é tocada. A trama começa a retratar um restaurante japonês onde a atriz *nikkei*, Célia Watanabe, que não possuía nome, interpreta “A Gueixa”. Ao que se repara, a conversa entre ela e Luís, traz a sexualização da mulher japonesa/descendente, carregados de estereótipos de uma imagem submissa. Vale ressaltar que Célia aparece apenas no contexto asiático, possuindo um papel de menor importância.

Alfredo Sternheim, o assistente de Khouri em *Noite Vazia*, e mais tarde diretor de seus próprios filmes, lembra que o uso feito por Khouri dos nipo-brasileiros era, simultaneamente, uma ruptura multicultural radical e repleta de preconceitos : Engraçado, a gente não parava muito para pensar nisso, mas vendo agora, com o passar do tempo, realmente o pessoal cineasta encarava com preconceito, achava que a *nisei*³ ou a *sansei*⁴ só podiam ser retratadas no cinema como gueixa, e não como mulher normal, com vida sexual livre ou não-livre, casada ou descasada. Quer dizer, acho que quase ninguém fez isso no Brasil, ou ninguém”. (LESSER, 2008, p. 75)

³ Nisei se refere à segunda geração da descendência japonesa.

⁴ Sansei se refere à terceira geração da descendência japonesa.

Já em *Meu Japão Brasileiro* traz Fofuca como protagonista interpretado por Mazzaropi, tendo em foco o sofrimento dos trabalhadores rurais nas mãos de Leão. Fofuca passa a reunir agricultores *nikkeis* com intuito de lutar contra as explorações. O enredo secundário envolve o romance proibido entre Mário e a descendente de japonês, Nissei (interpretada por Célia Watanabe). Nota-se que o papel de Célia Watanabe não contém nome próprio, já que seu nome no filme é “Nissei”, referente ao nome dado à segunda geração de descendentes de japoneses. O que fica claro no contexto do filme é a retratação do descendente ser visto como japonês e não como brasileiro, como Lesser coloca “nós, brasileiros” e “vocês, japoneses”. (LESSER, 2008, p. 84)

Tanto em *Noite Vazia* quanto *Meu Japão Brasileiro* estampa os fetiches dos brasileiros com a comunidade japonesa e a visão de que os descendentes não eram brasileiros. “Os personagens femininos nipo-brasileiros eram figuras passivas que existiam para servir os homens – como objetos de amor para os homens brancos” (LESSER, 2008, p. 67).

Outros filmes que apresentavam atores *nikkeis* eram obras cinematográficas de conteúdo erótico. Essa indústria que ganhava força no Brasil apresentava filmes conhecidos como “pornoanchadas”.

...”pornoanchadas”, tomava como modelo uma geração anterior de comédias carnavalescas leves (as anchadas) [...] era influenciado pelas comédias sexuais leves italianas e pelos filmes japoneses *pinku*, exibido no circuito comercial dos cinemas de São Paulo. (LESSER, 2008, p. 88)

Os atores *nikkeis* acreditavam que sua participação “era uma maneira de provar sua brasilidade, ao desafiar as ideias de pudor, tanto da maioria quando da minoria” (LESSER, 2008, p. 89). Todavia, os personagens eram carregados de estereótipos e o objetivo desses atores acabou apenas reafirmando o quanto o “japonês” era diferente do brasileiro.

No filme o *Bem-dotado: O Home de Itu*. 1979, de José Miziara, não apenas traz a sexualização da mulher asiática, mas como também a falta de masculinidade dos homens *nikkeis*.

Em *O Império do Desejo*, 1981, de Carlos Reichenbach ocorre a mistura de cultura na representação da “chinesa” interpretada por Misaki Tanaka, sua personagem era “explicitamente sexual” (LESSER, 2008, p. 101). O equívoco da mistura entre China e Japão, denotava de referências dessas duas culturas para a construção do personagem. Nas cenas é possível identificar a indumentária típica da China sendo trocada por um Kimono, traje típico japonês, assim como a banheira quente japonesa, conhecida como *ofurô* que é utilizada pela “chinesa” e slogans de referência ao Japão no cenário. (LESSER, 2008) Essa circunstância pode ser possivelmente comparada ao que ocorre na charge de “O Japão chinês” citada anteriormente. Atualmente o que se pode constatar que o imaginário da população brasileira referente aos japoneses e descendentes continua se baseando em estereótipos.

6. REPRESENTAÇÃO E PROBLEMAS

Em *A minoria modelo: uma análise das representações de indivíduos orientais em propagandas no Brasil* (SANTOS, ACEVEDO, 2013) alega estudos baseados em *Not in Vogue: Portayals of Asian Americans in U.S. Advertising* (TAYLOR & LEE, 1994). O projeto de Taylor e Lee analisa a imagem do asiático nas mídias e confere se está vinculada a estereótipos. A verificação se apoiava em quatro situações:

- (1) os tipos de revistas mais propensos a apresentarem imagens de orientais em suas propagandas;
- (2) as categorias de produtos nas quais orientais são mais representados;
- (3) os tipos de relação mais representados entre modelos orientais e outros modelos nas propagandas e
- (4) os tipos de situações nas quais orientais são mostrados.

No final da pesquisa foi constatado que (a) asiáticos são desproporcionalmente mais representados em propagandas de produtos de base tecnológica do que em peças publicitárias de outras categorias de produto, (b) são retratados muito mais frequentemente em propagandas de revistas de negócios e ciência/mecânica do que em publicações voltadas ao público feminino ou de interesse geral, (c) aparecem regularmente em situações de trabalho, porém são poucas vezes representados em outras situações e (d) são frequentemente expostos como colegas de trabalho de outros modelos, porém poucas vezes são apresentados em situações de convívio social ou familiar (TAYLOR & LEE, apud SANTOS ACEVEDO, 2013, p. 6).

Tendo esse estudo como referência, Santos e Acevedo coletam revistas do ano de 2010, entre janeiro e dezembro, entre elas, Veja, Cláudia, Exame e Info. Onde foram aplicadas as mesmas dimensões dissertadas por Taylor & Lee (1994).

Os resultados não foram diferentes do estudo americano, a imagem do oriental nas mídias brasileiras trazia estereótipos da Minoria Modelo utilizando os asiáticos para promover os bens de serviço.

As complicações de se basear em estereótipos para representar uma etnia, impede uma individualidade do ser e desconforto do “eu” por não pertencer aos padrões, tanto de uma raça, quanto de estética.

Taylor, Landreth e Bang (2005) argumentam que os estereótipos da Minoria Modelo descartam as diferenças entre asiáticos, ou seja, ele molda toda a cultura vinculada a esses países sendo como “um”, impedindo as diferenças culturais e a complexidade histórica de cada região. (TAYLOR, LANDRETH, BANG, apud SANTOS, ACEVEDO, 2013)

Essas imagens como consta em *Race and Ideology: African-American Images in Television Advertising* (Bristor e col., 1995) também fala que a falta da real representação de minorias, conduz uma “ideologia dominante, tomada aqui como sendo a forma pela qual grupos dominantes (exemplo: brancos, homens) sustentam e legitimam seu poder sobre os demais grupos (exemplo: negros, orientais, mulheres)” (BRISTOR, COL apud SANTOS, ACEVEDO, 2013, p. 4).

Os problemas da representatividade de descendentes de japoneses e outros asiáticos não estão apenas associados aos estereótipos, mas também em questões de *Whitewashing* e *Yellowface*. O termo *Whitewashing* retrata de uma prática que consiste em apenas apresentações de brancos nas mídias. Já o *Yellowface* traz a imagem do asiático de forma estereotipada e caricata representada por atores brancos, ou seja, o branco “fantasiado” de asiático (AKAGI, 2016).

No Brasil a novela global, Sol Nascente (2016) provoca revolta de atores asiáticos, militantes e entidades ligadas à preservação da cultura asiática. O problema da novela, como consta na publicação da Folha de S. Paulo, é a exibição do Yellowface em uma história que traz o contexto da imigração japonesa. O

personagem oriental, Kazuo Tanaka acaba sendo interpretado por Luís Melo, ator de traços ocidentais. A situação piora quando originalmente o papel seria dado ao ator Ken Kaneko (japonês naturalizado brasileiro). Ele afirma que foi substituído por Luís sem motivos ou retorno.

Uma outra novela, também global, que carrega o *Yellowface*, é *Geração Brasil* (2014), onde a caracterização é interpretada por Rodrigo Pandolfo. Na novela, Rodrigo atua como Shin-Soo, personagem sul-coreano. A falta de traços orientais apresenta fitas adesivas nos olhos como solução (MARTINHO, 2016).

No que se percebe, tanto a questão de *Yellowface* como a de *Whitewashing* ocorrem nas duas novelas. Mesmo quando há oportunidades os personagens são representados por brancos de forma caricata, ou apenas de forma estereotipada.

A importância de uma representação fiel é para que não ocorram desconfortos da própria pele como é demonstrado no vídeo “*Você sente pressão para ser BONITO(a)?! | a visão de 3 asiáticos brasileiros*” do canal do Youtube, Leo Hwan. Nele, Leonardo cita suas referências estéticas (brancas), e como aquilo lhe afetou na construção do eu, servindo de exemplo para as afirmações de Carvalho (2000) citadas no capítulo dois. Ou seja, a falta de representações está associada, não apenas a padrões de beleza, mas também de raça, incentivando assim o incomodo do ser.

7 CONCLUSÃO

Pode-se, portanto, concluir que a imagem do descendente japonês, apresentado nas mídias, como é retratado nas obras de Lesser, Dezem e Santos e Acevedo, é construída a partir de um imaginário da população brasileira. Além disso, ela traz uma ideia ultrapassada que não corresponde a realidade. Nota-se que antes mesmo da imigração chegar, a sua aparência tinha como base ideias do japonismo que crescia no Brasil.

As consequências abordadas por Lesser, Santos e Acevedo, mostram que ao reafirmar os estereótipos, ela não apenas pode causar um desconforto por não se adequar a ele, mas também impede uma individualidade do ser. Esses aspectos

acabam sendo complexos, já que a falta da representatividade está vinculada aos padrões estipulados pela história da construção da Europa como aponta Carvalho.

Pensando nas questões abordadas, ao que se nota a identidade dos asiáticos são mascaradas através de estereótipos afetando até mesmo a própria construção do seu eu. A diferença física neste momento se torna crucial para divisão entre brasileiros e “japoneses”, aqueles que não possuem as características dos padrões de uma raça, especificamente nos padrões brasileiros, são tratados como estrangeiros. Para os descendentes de japonês, a situação se torna complexa, já que no Brasil, o que se faz “brasileiro” são suas características físicas, e os nikkeis muitas vezes carregam traços asiáticos, se tornando assim, o estrangeiro e não o brasileiro. Esse tipo de situação acaba contribuindo para o isolamento da sua nacionalidade, fazendo com que os descendentes se sentisse excluídos do nacional.

Tendo em mente a falta da identidade, a Moda, talvez, contribuiria para a construção do seu eu. Muitas vezes na história da Moda, ela serviu como uma plataforma de comunicação, através das expressões em que a roupa, ou estilo representava para determinada tribo. A roupa, nesse momento, serve como ferramenta de diferenciação, montando assim uma identidade para aquele grupo, como por exemplo, os roqueiros, os hippies e os rebeldes dos anos 50.

Atualmente, as grandes marcas de moda transformaram a identidade em consumo, destacando a identidade da roupa. Tal fato acabou possibilitando que o consumidor pudesse se identificar com a marca. Muitas empresas de produtos destacam os símbolos que aquele objeto carrega no lugar de sua funcionalidade, mostrando assim que o que agrada ao consumidor, muitas vezes vai ser a ideia que aquele objeto carrega, ou seja, o seu sensorial. Sendo assim, a moda através de uma coleção, pode contribuir para a representação fiel dos asiáticos, desde que a mesma, possua uma simbologia que faça com que os eles se sintam representados.

No decorrer da criação dos croquis, foram levados em conta a brasilidade, trazendo uma moda de primavera/verão, com tecidos leves e apropriado para o clima tropical. Em respeito à simbologia, foi de extrema importância, trazer uma referência cultural que não fosse carregada de estereótipos e que não fosse de forma caricata ou óbvia. A coleção buscou trazer referências de Okinawa pela

semelhança climática, assim como o Brasil, Okinawa possui clima tropical. Analisando a construção de uma mulher japonesa ou descendente submissa, os looks trouxeram como inspiração as *sukaban*, grupos de estudantes delinquentes dos anos 70, que exalavam dependência e empoderamento feminino.

Ao concluir nota-se a viabilidade de execução de uma coleção de roupas que atende o posicionamento abordado no tema, a representatividade de descendentes de japoneses como brasileiros. Possibilitando a construção de uma identidade.

DESCENDANTS, STEREOTYPES AND REPRESENTATIVITY: THE SEARCH FOR AN IDENTITY

ABSTRACT

This article aims to present some issues involving Brazilian's popular imaginary image of Japanese people and descendants. This particular model of thinking has been adopted even before the immigration process and it lasts until the present day – being reinforced by different communication platforms. On this paper, some factors will be presented in an analysis about effects this type of thinking has on this “model minority”. Moreover, its contribution to stereotyping and lack of representation.

KEYWORDS: Fashion Design. Japanese imigration. Stereotypes. Representation. Media.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKAGI, I.H. Descaminhos: deslocamentos de quaseidade. Anais do IV Congresso Nacional de Pesquisadores em Dança. Goiânia: ANDA, 2016. p. 283- 291. Disponível em: <<http://www.portalanda.org.br/anaisarquivos/2-2016-3.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2018
- CARVALHO, J.J. Racismo Fenótipo e estética da segunda pele. Revista cinética, [s.n] 2000; Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/cep/jose_jorge.htm>. Acesso em: 02 dez. 2017

DEZEM, R. Matizes do “amarelo”: a gênese dos discurso sobre os orientais no Brasil (1878-1908). 1º ed. São Paulo : Associação Editorial Humanitas, 2005.

ENNES, M. A. A construção de uma identidade inacabada: nipos-brasileiros no interior do Estado de São Paulo. 1º ed. São Paulo : Fundação Editora da UNESP, 2001.

FREYRE, G. Casa-Grande e Senzala. 48ºed. Pernambuco: Fundação Gilberto Freyre, 2003.

HWAN, L. Você sente pressão para ser bonito (a)?!| a visão de 3 asiáticos brasileiros. 2018. 17min, son., color. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=tEwiomED7OM&t=782s>>. Acesso em: 14 de abr. 2018.

LESSER J. Uma diáspora descontente: os nipo-brasileiros e os significados da militância étnica 1960-1980. 1º ed. São Paulo: Editora Paz e Terra S.A, 2008.

MARTINHO, A. Globo favorece atores ocidentais em núcleo japonês de nova novela das 18h. Folha de S. Paulo, São Paulo, 08 ago. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/08/1800063-globo-favorece-atores-ocidentais-em-nucleo-japones-de-nova-novela-das-18h.shtml>>. Acesso em: 03 dez. 2017

<http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/CAMP_dc1d7ecfd1bfe79047b6c9a3f9b704e7/Details>. Acesso em: 21 jan. 2018.

SANTOS, C. C.; ACEVEDO, C. R. A minoria modelo: uma análise das representações de indivíduos orientais em propagandas no Brasil. Revista Psicologia Política, São Paulo, v. 13 n. 27, Agosto 2013. Disponível em:

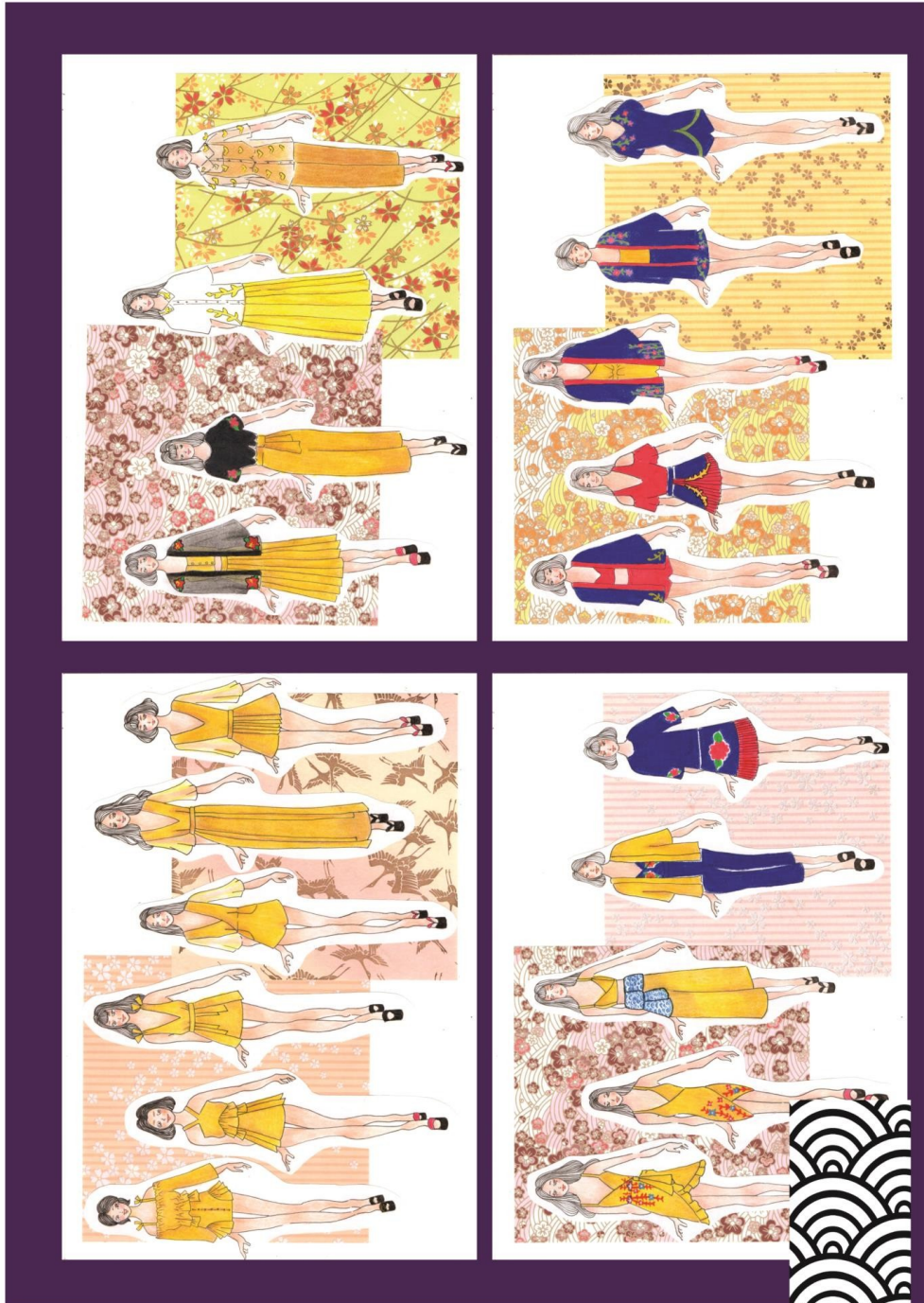
<[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2013000200006)

549X2013000200006>. Acesso em: 04 jun. 2017.

SAKURAI, C. Imigração tutelada: os japoneses no Brasil. 2000. 191f. Dissertação de Doutorado, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, 2000.

Disponível em: < <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280717?mode=full>>.

Acesso em: 21 jan. 2018.



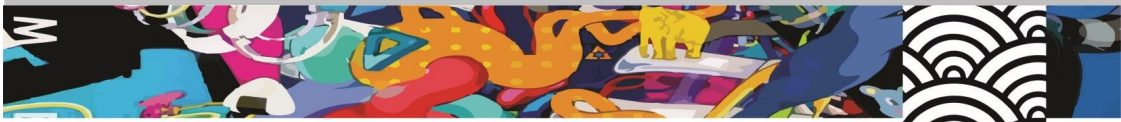


Visual
Brinco: Forever21
Colar: C&A



Modelo: Ana Sakajiri
Fotógrafo: Igor Denali
Produção de Moda: Cláudia M. Toyama
Cabelo e Maquiagem: Raphael Eduardo (Salão Renovar)





Visual
Brinco: Morana
Colar: Ateliê Estácio
Bolsa: Renner



Modelo: Elisa Shibuya
Fotógrafo: Igor Denali
Produção de Moda: Claudia M. Toyama
Cabelo e Maquiagem: Raphael Eduardo (Salão Renovar)

