



Eduardo Araújo de Ávila

Letras de design

evidências da arte comercial de Osaka
na imprensa imigrante de São Paulo
entre 1921 e 1941

**Letras de design: evidências da arte comercial de
Osaka na imprensa imigrante de São Paulo entre
1921 e 1941**

Eduardo Araújo de Ávila

São Paulo
2024

Blucher Open Access

Ávila, Eduardo Araújo de

Letras de design: evidências da arte comercial de Osaka na imprensa imigrante de São Paulo entre 1921 e 1941 / Eduardo Araújo de Ávila. - São Paulo, 2024.

334 p.: il.

ISBN 978-65-5550-314-2

1. História do Design. 2. Tipografia. 3. Imigração Japonesa.
4. Publicidade. 5. Estética. I. Título.

Agradecimentos

Primeiramente, desejo agradecer aos meus familiares, em especial à minha mãe, cujo amor incondicional e apoio constante foram fundamentais ao longo de minha jornada acadêmica.

Aos funcionários, professores e colegas de curso, meu sincero agradecimento pelo suporte oferecido durante todo o processo de pesquisa, seja presencialmente ou *online*. Especial gratidão aos colegas Susana Narimatsu, Diego Normandi, Bruna Dória, Maria do Carmo Paulino e ao querido amigo Fabio Pereira, pela serenidade e generosidade.

À minha orientadora, professora Priscila Lena Farias, expresso minha profunda gratidão pela paciência, dedicação e pelas sugestões valiosas que enriqueceram o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao professor Keysuke Takayasu, da Divisão de Estudos em Artes da Escola de Pós-Graduação em Humanidades da Universidade de Osaka, meu mais sincero agradecimento pelo acolhimento, apoio e valiosas sugestões durante meu estágio de pesquisa no Japão.

Aos professores Clélia Mello (UFSC), Takashi Kashima (Universidade de Tsukuba), Rogério Dezem (Universidade de Osaka), Yukie Takeuchi (Universidade Doshisha) e Kay Ueda (Universidade Stanford), minha gratidão pela gentileza, generosidade e pela atenção dedicada às minhas dúvidas e questionamentos.

Gostaria de estender meus agradecimentos a Yuka Onodera, Rinako Shirai e Tatsuya Suzuki, da Seção de Ar-

tes Visuais do Departamento de Artes e Cultura da Fundação Japão em Tóquio, pelo apoio e colaboração oferecidos.

Aos queridos colegas do Grupo de Estudos Okinawanos da USP, meu muito obrigado por compartilharem suas experiências e conhecimentos, contribuindo para o enriquecimento deste trabalho.

Ao designer gráfico Kiyonori Muroga, da Graphic-sha Publishing em Tóquio, expresso minha gratidão pela generosidade em indicar livros essenciais para a compreensão do design de letras japonesas.

Por fim, agradeço aos funcionários do Centro de Pesquisa Internacional em Estudos Japoneses, Oficina Tipográfica Ichigaya, Instituto de Tecnologia de Quioto, Museu da Impressão de Tóquio, Museu Nacional Memorial de Shōwa, Museu de Migração Japonesa no Exterior da JICA, Instituto Moreira Salles, Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil e Fundação Japão em São Paulo por sua colaboração e assistência ao longo do processo de pesquisa.

O presente trabalho foi realizado com o fomento das seguintes organizações:



『これぞ描き文字の世界、しあわせなデザインの有り様なのだ。』

—平野甲賀

“Esse é o mundo das letras desenhadas e o estado do design feliz.”

— *Kōga Hirano*

Apresentação

Em que medida, e de que maneira, a cultura tipográfica japonesa influenciou o design de letreiros comerciais para a comunidade nipo-brasileira no início do século XX? Esta foi a questão central enfrentada por Eduardo de Ávila na pesquisa de doutorado que deu origem a este livro. A questão foi abordada através de investigação meticulosa, que envolveu uma profunda compreensão da morfologia e articulação de aspectos formais no design de caracteres japoneses, o exame de artefatos gráficos produzidos no Japão entre o final da era Taishō e o início da era Shōwa (anos 1920-1930), e a análise de anúncios publicados em periódicos paulistanos antes da Segunda Guerra Mundial. Ao final, foi possível constatar uma forte presença da estética *tanka* de design japonês no Brasil, circulando principalmente em anúncios de produtos populares e variados como gramofones, suplementos vitamínicos e pneus.

Original do estado de Goiás, com bacharelado e mestrado realizados junto à Universidade Federal de Goiás, Eduardo ingressou no Doutorado em Design da FAU USP em 2019. Além de desenvolver o seu projeto, sob minha orientação, dedicou-se também a atividades junto ao Laboratório de Pesquisa em Design Visual (LabVisual)

e ao grupo de pesquisa ‘Pensamento Japonês: Princípios e Desdobramentos’, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Língua, Literatura e Cultura Japonesa da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Atuou também como representante discente junto à Comissão Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Design da USP. Foi bolsista da Universidade Virtual do Estado de São Paulo (UNIVESP), e da CAPES. Em 2023, realizou estágio doutoral na Division of Arts Studies, Graduate School of Humanities, Osaka University (Japão), com bolsa concedida pela Japan Foundation e financiada pela Ishibashi Foundation.

Eduardo depositou sua tese em abril de 2024, mas nos deixou precocemente, antes da defesa.

O livro traz contribuições relevantes e originais para o campo da memória gráfica ligada à imigração, e sobre a cultura tipográfica nipo-brasileira. Sua leitura certamente inspirará muitas outras pesquisas.

Priscila Lena Farias

São Paulo, 1 de outubro de 2024

Resumo

Este livro tem como objeto de estudo a presença de um estilo de desenho de letras, cuja origem remonta à cidade de Osaka, em anúncios publicitários publicados em jornais impressos na cidade de São Paulo e voltados para a comunidade imigrante japonesa, durante as duas décadas que antecederam a Segunda Guerra Mundial. Os letreiramentos analisados representam um modo de produzir caracteres decorativos, cujo estilo ficou conhecido como “letras de design” (*zuan moji*), desenvolvido a partir do movimento de arte comercial japonês, que teve seu auge entre as décadas de 1920 e 1930. O corpus da pesquisa é constituído por exemplos de letreiramentos selecionados a partir de anúncios publicados nos jornais *Burajiru Asahi Shinbun* (Jornal Brasil Asahi), *Burajiru Jihō* (Notícias do Brasil), *Nanbei Shinpō* (Notícias da América do Sul), *Nippaku Shinbun* (Jornal Nipo-brasileiro), *Nippon Shinbun* (Jornal Japão) e *Seishu Shinpō* (Semanário de São Paulo), entre os anos de 1921 e 1941. Os métodos de investigação incluem pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise dos aspectos contextuais e visuais observados nos anúncios. A pesquisa documental foi realizada em acervos de instituições do Brasil e do Japão. Durante o estágio de pesquisa no Japão, foram consultados centros de pesquisa, bibliotecas e museus que possuem coleções de artefatos gráficos, como cartazes, catálogos de exposições, jornais e revistas produzidos desde o final da era Taishō (1912–1926) até o início da era Shōwa (1926–1989). A análise dos letreiramentos selecionados revelou que o novo gênero de design desenvolvido pelos artistas

comerciais japoneses influenciou a composição visual dos anúncios de jornais em língua japonesa de São Paulo. Além disso, essas “letras de design” foram elementos-chave na promoção de eventos comunitários, empresas locais e produtos relevantes para os imigrantes japoneses durante o período entreguerras.

Palavras-chave: imigração; publicidade; tipografia; desenho de letras; estética.

Design Letters: evidence of Osaka's commercial art in São Paulo's immigrant press between 1921 and 1941

Abstract

The subject of this thesis is the presence of a lettering style whose origins can be traced back to the city of Osaka in advertisements published in newspapers printed in São Paulo city and aimed at the Japanese immigrant community, during the two decades before the Second World War. The analyzed letterings represent a way of producing decorative characters, known as “design letters” (*zuan moji*), developed from the Japanese commercial art movement, which peaked in the 1920s and 1930s. The research corpus consists of selected lettering samples from advertisements published in the newspapers *Burajiru Asahi Shinbun* (Jornal Brasil Asahi), *Burajiru Jihō* (Notícias do Brasil), *Nanbei Shinpō* (Notícias da América do Sul), *Nippaku Shinbun* (Jornal Nipo-brasileiro), *Nippon Shinbun* (Jornal Japão) and *Seishu Shinpō* (Semanário de São Paulo), between the years 1921 and 1941. Research methods include bibliographic research, documentary research, and analysis of contextual and visual aspects observed in the advertisements. Documentary research was carried out in archives of institutions in Brazil and Japan. During the research stage in Japan, research centers, libraries, and museums possessing collections of graphic artifacts such as posters, exhibition catalogs, newspapers, and magazines produced from the late Taishō era (1912–

design genre developed by Japanese commercial artists influenced the visual composition of Japanese-language newspaper advertisements in São Paulo. In addition, these “design letters” were key elements in promoting community events, local businesses, and products relevant to Japanese immigrants during the interwar period.

Keywords: immigration; advertising; typography; lettering design; aesthetics.

Sumário

Introdução | 13

1. Antecedentes históricos | 25

1.1. Escrita japonesa: um sistema híbrido | 27

1.2. Estilos de escrita tradicionais: da caligrafia à tipografia | 37

2. Contexto sociocultural no período entreguerras | 53

2.1. Surgimento da arte comercial japonesa | 55

2.2. Manifestação de uma nova estética | 69

2.3. Manuais japoneses para “letras de design” | 76

3. Diáspora japonesa e imprensa imigrante | 89

3.1. Jornais japoneses no continente americano | 91

3.2. Jornais nipo-brasileiros | 108

4. Procedimentos metodológicos | 125

4.1. Pesquisa bibliográfica para compreender a cultura tipográfica japonesa | 127

4.2. Pesquisa documental a partir de artefatos gráficos | 130

4.3. Análise do letreiramento: aspectos contextuais e visuais | 142

5. Letreiramentos publicitários nipo-brasileiros

de 1921 até 1941: resultados e reflexões | 155

5.1. Letreiramentos publicitários nipo-brasileiros entre 1921 e 1941: características gerais | 157

5.2. Letreiramentos para promoção de empresas locais | 162

5.3. Letreiramentos para divulgação de produtos japoneses | 169

5.4. Letreiramentos para anúncios de filmes japoneses | 177

Considerações finais | 185

Referências | 197

Apêndice – Fichas de análise | 213