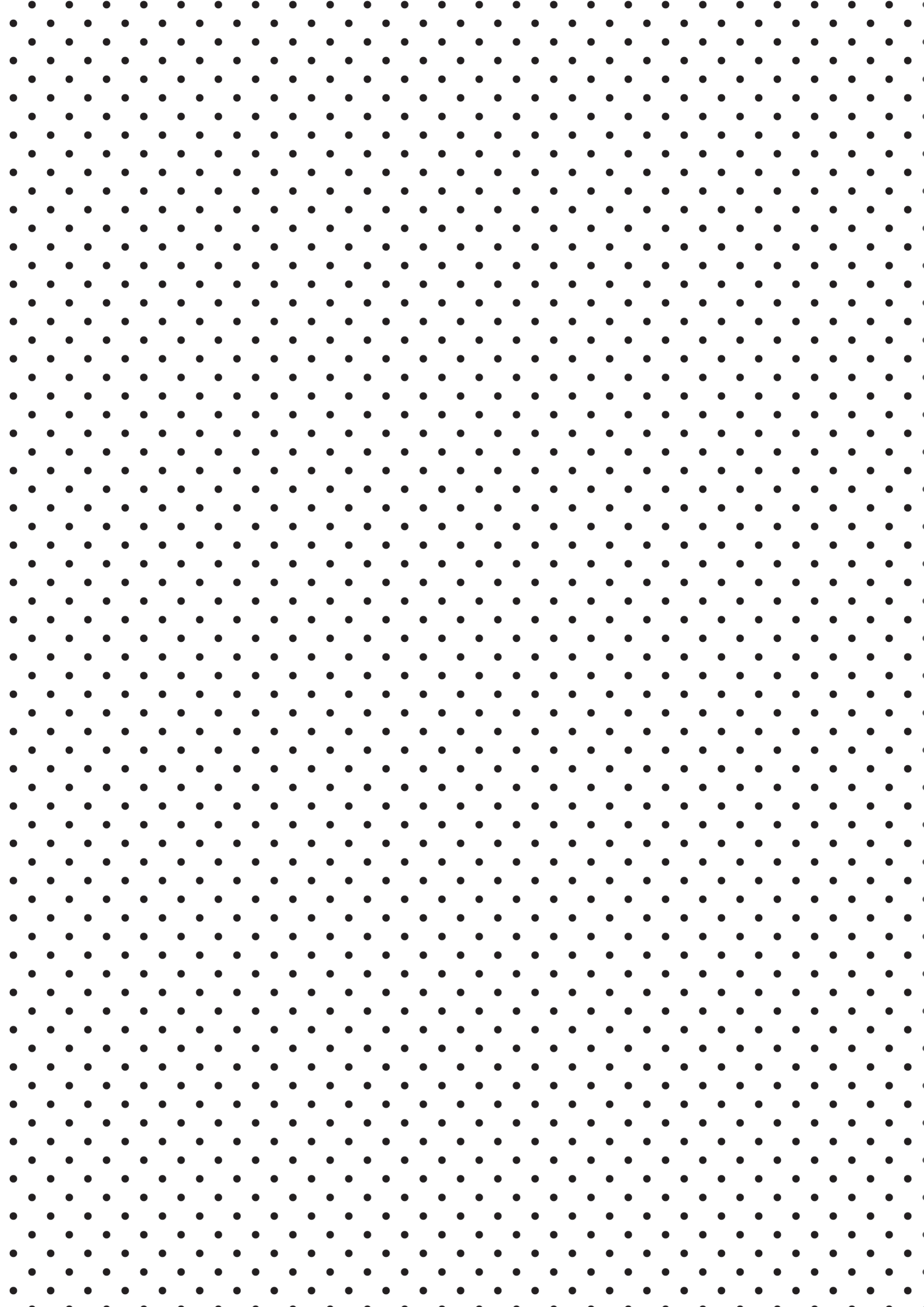


CAPÍTULO 4



Procedimientos metodológicos



4.1. Pesquisa bibliográfica para compreender a cultura tipográfica japonesa

A pesquisa bibliográfica, embora um procedimento de pesquisa usual, se mostrou fundamental para a compreensão do contexto histórico e cultural do objeto de estudo. Conceitos importantes para compreender a cultura tipográfica japonesa, especialmente no início do século XX, foram identificados através do levantamento e da seleção de material bibliográfico.

Nesse sentido, o desafio desta etapa da pesquisa foi duplo: identificar e interpretar conceitos ainda desconhecidos relacionados à história do design gráfico japonês, e buscar por mais informações sobre artistas gráficos japoneses, especialmente aqueles que atuavam em Osaka. O intuito era ter uma noção de sua trajetória profissional e da importância dessa atuação para o desenvolvimento das práticas da arte comercial no Japão. Essas informações ajudaram a estruturar os capítulos 1, 2 e 3 deste livro.

A estratégia foi buscar dissertações, teses, livros, relatórios técnicos e artigos de conferências, relacionados aos conceitos discutidos por estudiosos japoneses, tais como *zuan moji* (Komiyama, 2005b), *kinema moji* (Nishimura, 1998), *shōgyō bijutsu* (Nishimura, 1991; Nakayama, 2004; Kashima, 2008), *benka* (Hino, 1994; Miyajima, 2008) e *tanka* (Takeuchi, 2005; Miyajima, 2005). De acordo com os professores Cleber Proda-

nov e Ernani de Freitas (2013), conceitos como *tanka*¹, por exemplo, podem alinhar-se com os propósitos ou os eventos que representam, enquanto outros, menos comuns, podem gerar ambiguidade na interpretação. Há ainda aqueles que exigem uma compreensão precisa de seu significado (Prodanov & Freitas, 2013, p. 133).

No desenvolvimento da pesquisa bibliográfica, uma variedade de recursos foi consultada, incluindo artigos, livros, manuais de design e revistas especializadas. Estas fontes foram acessadas em acervos e bibliotecas de instituições culturais e de pesquisa no Brasil, tais como a Casa de Cultura Japonesa da Universidade de São Paulo, o Instituto Moreira Salles, a Fundação Japão em São Paulo e o Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil.

Durante o segundo semestre de 2023, um período de pesquisa² foi conduzido no Japão, onde parte da investigação foi realizada no Departamento de Estética da Escola de Pós-Graduação em Humanidades da Universidade de Osaka, sob a coordenação do professor

1 Por exemplo, o termo japonês *tanka* apresenta uma ambiguidade semântica que reflete sua complexidade conceitual. Quando traduzido literalmente, *tanka* pode significar “simplificação” ou transmitir a ideia de “unificação” e “integração”. No entanto, sua compreensão vai além de suas traduções literais. No contexto do design, *tanka* tornou-se um termo frequentemente utilizado para descrever um estilo específico de design. Assim, o termo transcende sua ambiguidade linguística para se tornar um princípio fundamental na arte comercial japonesa.

2 O estágio de pesquisa foi realizado com financiamento concedido pelo programa Ishibashi Foundation/The Japan Foundation Fellowship for Research on Japanese Art. Este programa visa apoiar especialistas em artes visuais japonesas, proporcionando oportunidades de pesquisa no Japão.

Keisuke Takayasu. Em Osaka, foi conduzida a pesquisa bibliográfica com foco na cultura impressa japonesa e na história do design. Durante todo o período da pesquisa, a orientação do professor Takayasu foi essencial para otimizar o tempo dedicado aos estudos na universidade. Dentro desse contexto, a pesquisa bibliográfica incluiu os temas:

- » *História da caligrafia na Ásia Oriental*: traçando o desenvolvimento da caligrafia na região, com foco nas diferentes técnicas e estilos;
- » *Artistas gráficos e letreiramento japonês no início do século XX*: investigando as origens e o desenvolvimento da arte gráfica e da caligrafia japonesa no período;
- » História e cultura da impressão no Japão: examinando as técnicas de impressão do país;
- » *História do design japonês*: explorando as diversas correntes artísticas e de design do Japão ao longo do tempo;
- » *Estudos japoneses*: aprofundando o conhecimento sobre a história da imigração japonesa para o Brasil, incluindo a imigração okinawana;
- » *Imprensa japonesa na era Taishō (1912–1926) e nos primeiros quinze anos da era Shōwa (1926–1941)*: analisando a produção jornalística do período e seu contexto histórico.

Além da pesquisa feita presencialmente nos acervos de museus e instituições, plataformas online foram consultadas. O Google Acadêmico, também conhecido como Google Scholar, mostrou-se uma ferramenta eficaz para a revisão bibliográfica, permitindo a busca de artigos científicos publicados por pesquisadores estrangeiros em diversos idiomas, para além do inglês. Além disso, o J-STAGE³ foi utilizado como uma

3 Disponível em: <https://www.jstage.jst.go.jp>

ferramenta para pesquisa de fontes bibliográficas. Trata-se de uma plataforma *online* que disponibiliza uma vasta coleção de periódicos científicos japoneses em várias disciplinas. Esse procedimento metodológico ocorreu simultaneamente à pesquisa documental.

4.2. Pesquisa documental a partir de artefatos gráficos

Artefatos gráficos, como cartazes, jornais, revistas e livros, servem como registros tangíveis e visuais da evolução das práticas de design, movimentos culturais e avanços tecnológicos ao longo das décadas. Entretanto, quando não é viável reconstruir a memória por meio dos relatos das pessoas envolvidas na produção ou convivência com esses artefatos, a pesquisa documental se torna relevante para recuperar essa memória. Conforme indicado pelos professores Cleber Cristiano Prodanov e Ernani Cesar de Freitas (2013), a pesquisa documental é considerada um procedimento metodológico apropriado quando o pesquisador precisa estruturar informações dispersas, conferindo a esses dados uma nova relevância como fonte de consulta (Prodanov & Freitas, 2013, p. 55–56). Ao empregar métodos de busca, seleção e análise de artefatos impressos, a utilização desse procedimento eleva os artefatos impressos à categoria de fontes primárias de pesquisa.

No âmbito dos estudos em memória gráfica, destacam-se algumas pesquisas, como as feitas por Isabella Ribeiro Aragão (2016), José Roberto D’Elboux (2018), Laura Benseñor Lotufo (2019), Carla Fernanda

Fontana (2021) e Fabio Mariano Cruz Pereira (2023). Estes estudos apresentam análises detalhadas de artefatos gráficos presentes em acervos especializados. Além das teses e dissertações resultantes dessas pesquisas, merece destaque a obra “Dez Ensaaios sobre Memória Gráfica” (2018), organizada pelos professores Priscila Lena Farias e Marcos da Costa Braga. Este livro reúne artigos que exploram estudos desenvolvidos por meio da análise de artefatos gráficos. De acordo com Farias e Braga (2018), um dos focos nos estudos de memória, especialmente aqueles ligados à memória gráfica, está na compreensão da formação da memória associada a artefatos gráficos produzidos e consumidos por pessoas já falecidas (Farias & Braga, 2018, p. 17).

Nesse contexto, uma vez que as pessoas responsáveis pela produção dos jornais japoneses não estão mais presentes, as versões digitalizadas das edições desses jornais tornaram-se as principais fontes disponíveis para compreender as dinâmicas de produção e de circulação do letramento utilizado nos anúncios publicitários. Durante a pesquisa, notou-se a escassez de informações sobre os profissionais encarregados da criação desses elementos visuais, tais como tipógrafos e artistas gráficos. Os documentos analisados não apresentam informações sobre esses indivíduos, mantendo em anonimato o trabalho essencial por trás da construção visual dos anúncios. A falta de informações dificultou a atribuição da autoria aos desenhos criados para promover empresas e produtos, visto que os nomes mencionados nos jornais se limitam aos fundadores, editores-chefes e redatores.



Figura 4.1. Cabeçalhos dos jornais japoneses selecionados para a pesquisa documental. Da esquerda para direita: *Burajiru Asahi Shinbun*, *Burajiru Jihō*, *Nanbei Shinpō*, *Nippaku Shinbun*, *Nippon Shinbun* e *Seishū Shinpō*. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

O *corpus* escolhido para a pesquisa documental consistiu em edições de jornais em língua japonesa (Figura 4.1), produzidos e publicados no estado de São Paulo, no início do século XX. A seleção abrange seis periódicos em língua japonesa, a saber: *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 *Seishū Shinpō* (Semanário de São Paulo). Os exemplares desses jornais foram digitalizados e estão disponíveis *online*. No processo de levantamento dos exemplares, foram consultadas as bases de dados *Kaigai Hoji Shinbun Database – Overseas Japanese-language Newspapers*⁴, mantido pelo Centro de Pesquisa Internacional em Estudos Japoneses (*International Research Center for Japanese Studies*) e *Hoji Shinbun Digital Collection – Japanese Diaspora Initiative*⁵, organizado e mantido pela Instituição Hoover da Universidade Stanford.

4 Disponível em: <https://db.nichibun.ac.jp/pc1/en/category/kaigai-hoji.html>

5 Disponível em: <https://hojishinbun.hoover.org>

As duas bases de dados totalizam mais de dez mil exemplares digitalizados de jornais em língua japonesa, abrangendo periódicos publicados desde 1882. A base de dados gerenciada pela Instituição Hoover oferece um número menor de edições de alguns dos periódicos, em comparação com a base de dados administrada pelo Centro de Pesquisa Internacional em Estudos Japoneses. Ela também se destaca pela presença de uma interface interativa que facilita a busca por informações. Uma das características dessa interface é a possibilidade de realizar pesquisas por edições de jornais com base no local de publicação, além de utilizar o título ou a data.

Apesar de existirem diferenças no conteúdo e no design da interface, ambas as bases de dados seguem uma organização em três níveis. O primeiro nível corresponde à categorização por títulos, ou seja, cada seção reúne as edições com base no título do jornal (Figura 4.2). O segundo nível envolve a ordenação das edições de um mesmo jornal pelo ano de publicação (Figura 4.3). No terceiro nível, as edições do jornal são agrupadas conforme cada mês de publicação, permitindo o acesso individual a cada edição e a seleção das partes relevantes para a pesquisa, especialmente aquelas contendo elementos gráficos (Figura 4.4). Em alguns casos, não há edições disponíveis para um ano ou mês específico. Provavelmente, certas edições foram perdidas ou danificadas ao longo do tempo. Isso pode ter ocorrido em razão da fragilidade do papel, no qual a edição do jornal foi impressa.

Stanford University

HOOVER INSTITUTE
LIBRARY & ARCHIVES

Hoji Shinbun Digital Collection

Japanese Diaspora Initiative

[Register](#) | [Log in](#)
[English](#) | [日本語](#)

[Home](#)
[Search](#)
[Browse](#)
[Citation and Copyright](#)
[Help](#)
[Acknowledgments](#)
[About](#)

[Home](#) / [Browse by title](#)

Newspapers and Magazines

- + Continental United States
- + Hawai'i
- + Canada
- + Mexico
- + Argentina
- Brazil
 - Brajiru Asahi / ブラジル朝日 [Brasil Asahi], (São Paulo, Brazil)
 - Burajiru Jihō / 伯刺西爾時報 [Notícias do Brazil], (São Paulo, Brazil)
 - Nanbei Shinpō / 南米新報 [Nambei Shimpō], (São Paulo, Brazil)
 - Nippaku Mainichi Shinbun / 日伯毎日新聞 [Diário Nippak], (São Paulo, Brazil)
 - Nippaku Shinbun / 日伯新聞 [Nippak-Shimbun], (São Paulo, Brazil)
 - Nippon Shinbun / 日本新聞 [Nippon Shimbun], (São Paulo, Brazil)
 - Seishū Shinpō / 聖州新報 [Semanário de São Paulo], (Bauru, Brazil)

Figura 4.2. Exemplo de seção da base de dados para buscas a partir do título do jornal. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

Browse this newspaper title

3360

1936.05

[↑ Back to year list](#)
[← Previous month](#)
[Next month →](#)

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
					1	2
3	4 1 issue Burajiru Jihō	5	6 1 issue Burajiru Jihō	7	8 1 issue Burajiru Jihō	9
10	11 1 issue Burajiru Jihō	12	13 1 issue Burajiru Jihō	14	15 1 issue Burajiru Jihō	16
17	18 1 issue Burajiru Jihō	19	20 1 issue Burajiru Jihō	21	22 1 issue Burajiru Jihō	23
24	25 1 issue Burajiru Jihō	26	27 1 issue Burajiru Jihō	28	29 1 issue Burajiru Jihō	30
31						

Figura 4.3. Exemplo de seção da base de dados para buscas a partir do ano de publicação. A interface apresenta as edições disponíveis para visualização, com base no dia em que foram publicadas. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)



Figura 4.4. Exemplo de visualização da edição do jornal na página web da base de dados. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

Uma das ferramentas mais utilizadas durante a pesquisa dos anúncios foi o sistema de Reconhecimento Óptico de Caracteres (*Optical Character Recognition*), conhecido pela sigla OCR. Essa tecnologia viabiliza a conversão de uma variedade de documentos digitalizados em dados pesquisáveis e editáveis, convertendo imagens de texto em texto legível. O OCR funciona analisando o documento, comparando caracteres com fontes armazenadas em seu banco de dados, e reconhecendo características distintivas de caracteres específicos (Figura 4.5). Além disso, o *Kaigai Hoji Shinbun Database*, que abriga o acervo digital, está aberto ao público, não demandando registro para visualizar a maioria dos títulos. No entanto, alguns conteúdos estão restritos aos usuários da Universidade Stanford devido a acordos de direitos autorais estabelecidos com as editoras.



Figura 4.5. Exemplo de busca por meio do sistema de Reconhecimento Óptico de Caracteres. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

O principal critério adotado para a seleção dos anúncios nos jornais foi a delimitação geográfica, buscando destacar aqueles voltados exclusivamente para a promoção do comércio administrado pelos imigrantes japoneses em São Paulo. Nesse contexto, São Paulo representava o centro da imprensa nipo-brasileira na época. Isso se deve ao fato de os jornais também terem veiculado anúncios de empresas de outros estados que mantinham colônias de imigrantes japoneses, como Goiás, Paraná e Rio de Janeiro. O segundo critério estabelecido consistiu em delimitar um intervalo temporal correspondente às edições dos jornais publicadas entre 1921 e 1941. Nas edições publicadas nessa época, foi encontrada a maior variedade de anúncios produzidos com diferentes desenhos de caracteres *kanji* e *kana*. Esse período abrange a produção e circulação dos anúncios publicitários nos jornais, culminando na

proibição de novas publicações dos periódicos japoneses a partir de agosto de 1941, em decorrência da política implementada pelo governo de Vargas.

Desde o início do processo de pesquisa, outros critérios foram adotados para a busca de edições de jornais, incluindo aquelas publicadas em datas comemorativas. Entre as celebrações destacadas nas notícias desses periódicos, encontra-se o aniversário do imperador (*tenchōsetsu*)⁶. Entretanto, as edições especiais nem sempre incluíam anúncios com as características do estilo de letreiramento moderno. Um exemplo dessa observação é o período de Ano-Novo do calendário gregoriano. As edições de primeiro de janeiro eram geralmente mais extensas do que as demais ao longo do ano, tornando-as mais relevantes. Mesmo as edições referentes a outras datas importantes no calendário cristão adotado no Brasil, como 25 de dezembro, não alcançavam a mesma importância que as de Ano-Novo. Todavia, observou-se um número menor de anúncios com as características procuradas em comparação com as edições de outras datas ao longo do ano. Diante disso, a busca por anúncios nas edições foi conduzida de maneira sistemática, analisando mês a mês o maior número possível de exemplares.

6 No período compreendido entre 1921 e 1941, desenvolveram-se as eras Taishō (1912–1926) e Shōwa (1926–1989) do Império Japonês. Durante essa fase histórica, celebrava-se o aniversário do Imperador Yoshihito (Taishō) em 31 de agosto, enquanto o aniversário do Imperador Hirohito (Shōwa) era comemorado anualmente em 29 de abril.

Assim como na pesquisa bibliográfica, uma parte da pesquisa documental ocorreu durante o período de pesquisa no Japão. Nesse momento, foram promovidos encontros com pesquisadores especializados em história das mídias e história do design japonês. Uma das reuniões ocorreu com o professor Takashi Kashima, da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade de Tsukuba. Na ocasião, o professor apresentou sua coleção de livros e publicações, que inclui exemplares originais da “Coleção Completa de Arte Comercial Atual” (*Gendai Shōgyō Bijutsu Zenshū*), publicada entre 1928 e 1930.

Outras publicações do mesmo período foram analisadas, entre elas, a revista “Mundo Publicitário” (*Kōkoku-kai*). Essa revista foi objeto de análise pela professora Yukie Takeuchi, cujo artigo “Observações da tipografia na revista Mundo Publicitário” foi publicado em 2007. Durante uma reunião realizada no laboratório de Takeuchi na Universidade Dōshisha, em Quioto, discutimos a importância desta revista na consolidação da arte comercial como um movimento que introduziu uma nova estética nas artes visuais.

Juntamente com a pesquisa documental, a visitação a alguns acervos de instituições em Tóquio desempenhou um papel fundamental. A primeira visitada foi a Oficina Tipográfica Ichigaya⁷ (*Ichigaya no Mori-hon to Katsuji-kan*) que possui uma sala de ex-

7 A Oficina Tipográfica Ichigaya é uma instalação de propriedade da empresa de impressão japonesa Dai Nippon Printing (DNP), que restaurou e reconstruiu o antigo prédio do escritório de vendas, fundado em 1926, que está localizado no distrito de Ichigaya, em Shinjuku-ku, Tóquio.

posições exibindo artefatos impressos, prensas, tipos móveis e ferramentas de tipografia bem preservadas, representando a produção de impressão desde a era Taishō. A segunda instituição visitada foi o Museu da Impressão⁸ (*Insatsu Hakubutsu-kan*), que abriga uma exposição abrangente com diversos documentos históricos e ferramentas de impressão que retratam a evolução da impressão no Japão e no mundo. Além dos itens exibidos na exposição geral, as visitas à biblioteca do Museu da Impressão foram valiosas devido à disponibilidade de fac-símiles que compõem a coleção da revista de pesquisa de design intitulada “Affiches” (*Afissshu*) para análise (Figura 4.6).

8 O Museu da Impressão é um centro cultural em Bunkyo, Tóquio. Ele é dedicado à história e às técnicas de impressão e está localizado na sede da empresa gráfica japonesa Toppan Printing.



Figura 4.6. Fac-símiles de volumes da revista “Affiches” (*Afissshu*). (Coleção do Museu da Impressão, Tóquio)

No distrito de Kanda-Jinbōchō, famoso por abrigar livrarias e editoras na cidade de Tóquio, foram empreendidas visitas a diversas livrarias especializadas em livros e periódicos do início do século XX com o objetivo de encontrar edições que discutissem o estilo *tanka* de design. Nesse contexto, a reunião com o designer gráfico Kiyonori Muroga, editor da Graphic-sha Publishing⁹ e ex-editor da revista IDEA¹⁰, desempenhou um papel fundamental. Durante a reunião, Muroga sugeriu a visita a algumas livrarias no distrito, como a loja Yamada Shoten e a Tōkyōdō Shoten, com enfoque em livros essenciais para compreender o design de letras produzido no período entre guerras. Ainda em Tóquio, a visita à exposição permanente do Museu Nacional Memorial de Shōwa (*Shōwakan*) foi uma oportunidade de obter mais informações sobre o período antes e durante a Segunda Guerra Mundial. Nessa exposição, há artefatos efêmeros que representam a arte comercial moderna, tais como embalagens, anúncios publicitários, jornais, calendários e cartazes (Figura 4.7).

9 A Graphic-sha Publishing é uma editora japonesa especializada em livros sobre artes visuais, arquitetura, design e outras áreas relacionadas. Fundada em 1982, a empresa tornou-se conhecida por sua ampla gama de publicações que abrangem diversos aspectos criativos e técnicos desses campos.

10 IDEA é uma revista trimestral publicada em Tóquio, desde 1953, com foco em design gráfico e tipografia, publicada pela editora japonesa Seibundo Shinkosha.



Figura 4.7. Cartaz de divulgação da “Semana de Reforço do Apoio ao Front”, promovido pela Agência de Defesa Militar e pela Associação de Assistência Militar do Japão. (Coleção do Museu Nacional Memorial de Shōwa)

Em Yokohama, o Museu de Migração Japonesa no Exterior da JICA (Japan International Cooperation Agency) abriga uma coleção de itens, fotografias e documentos trazidos das colônias japonesas no exterior. Além disso, a biblioteca do museu contém um anuário do Jornal Nipo-brasileiro (Figura 4.8), publicado em 1933, com informações pertinentes sobre empresas de imigrantes japoneses que atuavam em São Paulo. É importante reconhecer o apoio fornecido pelo professor Shigeru Kojima, curador da exposição permanen-



Figura 4.8. Anuário do jornal *Burajiru Jihō*, edição de 1933. (Coleção do Museu da Migração Japonesa no Exterior da JICA)

te; Tadaaki Ito, responsável por exposições e eventos especiais; e Yuko Watanabe, responsável pela biblioteca.

Os procedimentos mencionados anteriormente desempenharam um papel fundamental ao fornecer um embasamento para os procedimentos subsequentes de análise contextual e análise visual dos anúncios publicados nos jornais nipo-brasileiros. A pesquisa conduzida nos acervos presenciais de museus e instituições, juntamente com a consulta a plataformas *online* como o Google Acadêmico e o J-STAGE, permitiu uma compreensão da história da migração japonesa e da comunidade nipo-brasileira.

4.3. Análise do letreiramento: aspectos contextuais e visuais

Após a busca por edições dos jornais nos bancos de dados *online*, foi necessário realizar a análise do conteúdo dos anúncios publicitários impressos nesses periódicos. Para isso, adotou-se o procedimento de Análise de Conteúdo (AC), descrito pelos professores José Raul de Sousa e Simone Cabral dos Santos (2020), fundamentado pela professora Laurence Bardin (2011), sendo estruturado em três fases: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados, inferências e interpretação. De acordo com Santos e Sousa (2020), na pré-análise, a primeira etapa da organização na Análise de Conteúdo, o material é organizado para tornar-se útil à pesquisa, o que envolve sistematizar ideias preliminares a partir dos seguintes pro-

cedimentos: leitura inicial¹¹; seleção dos documentos; proposição de hipóteses e objetivos; e formulação de indicadores (Santos e Sousa, 2020, p. 1401). Após a leitura inicial dos anúncios, e tendo como referência os fundamentos de Bardin (2011), foram estabelecidas as diretrizes para a seleção: *exaustividade*, explorando o conteúdo com profundidade; *representatividade*, considerando os anúncios que mais representassem o universo da pesquisa; *homogeneidade*, selecionando anúncios com características semelhantes; e *pertinência*, garantindo que os anúncios estivessem alinhados aos objetivos da pesquisa.

Na etapa de pré-análise, ao examinar as edições nos bancos de dados, foram selecionadas 267 edições de seis jornais japoneses de São Paulo, a saber: *Burajiru Asahi Shinbun* (70), *Burajiru Jihō* (29), *Nanbei Shinpō* (18), *Nippaku Shinbun* (59), *Nippon Shinbun* (49) e *Seishū Shinpō* (39). Dentre esse conjunto, foram selecionados 60 letreiramentos presentes nos anúncios (Figura 4.9) para o preenchimento das fichas¹² para análise de conteúdo e análise visual. Depois da seleção dos anúncios digitalizados, foram isolados os letreiramentos que foram tratados por meio de *software* de edição de imagens¹³ (Figura 4.10).

Em média, a publicidade compunha entre 40% e 50% do espaço disponível das edições, com alguns

11 Para Bardin (2011), a leitura inicial dos documentos é chamada de “leitura flutuante” que é a fase em que são formuladas as hipóteses e instituídos os objetivos da pesquisa.

12 As fichas de análise dos anúncios estão disponíveis na seção “Apêndices”.

13 Programa editor de imagens em formato *raster* (bitmap).

anúncios publicitários sendo publicados em várias edições ao longo do ano, o que aumentava sua presença nas páginas dos jornais. Por exemplo, o anúncio da Farmácia Japonesa, um estabelecimento que estava situado na Rua Conselheiro Furtado em São Paulo, apareceu em 46 das 50 edições publicadas do jornal *Nippon Shinbun* durante o ano de 1935¹⁴. Em algumas datas, esse anúncio foi publicado duas vezes na mesma edição, como a publicação de 29 de abril de 1935, em celebração ao aniversário do imperador.

Além disso, embora o número pareça reduzido em comparação à grande quantidade de anúncios nos jornais, a escolha recaiu sobre anúncios com uma característica específica que os tornava relevantes para a análise. Essa característica consistia em anúncios que exibiam elementos textuais, como nomes de produtos e empresas, desenhados no estilo de letreiramento moderno japonês (*zuan moji*) em

14 As edições do jornal *Nippon Shinbun* publicadas em 1935 estão disponíveis em: <https://rakusai.nichibun.ac.jp/hoji/ichiran.php?title=NipponShimbun>.

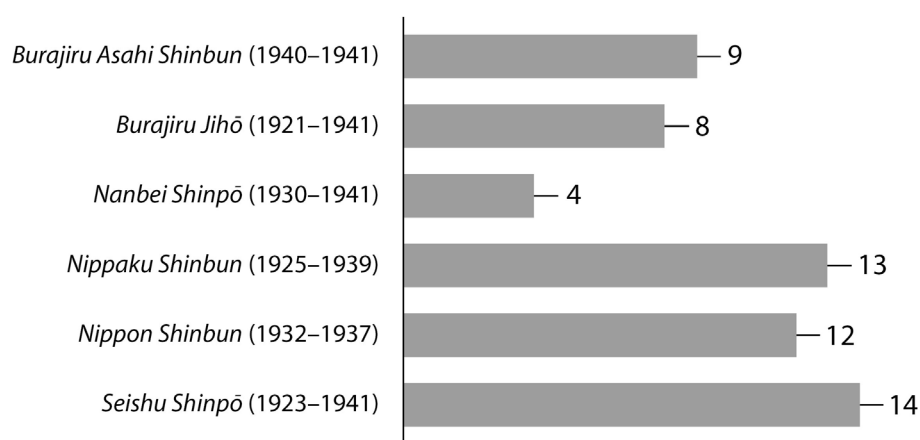


Figura 4.9. Distribuição quantitativa de anúncios por título de jornal. (Elaborado pelo autor)

sua composição visual. A escolha de anúncios que se destacam pelo uso de letreiramentos diferenciados se dá por motivos qualitativos relevantes para a análise. Primeiramente, tais anúncios se destacam na página, atraindo a atenção do leitor por meio de seu aspecto visual único. Essa característica os torna mais propensos a serem notados e lembrados, em comparação com anúncios que utilizam apenas a composição tipográfica tradicional, com tipos em estilo *minchō* (Figura 4.11).

Um exemplo é o anúncio da Casa Mitsuwa, que ocupa uma página inteira para promover o produto da Wakamoto Pharmaceutical (Figura 4.12). As letras maiores em estilo grotesco que formam o nome da marca “Wakamoto” dominam a página e são posicionadas em diagonal, intensificando ainda mais o destaque do anúncio. A escolha do estilo de letreiramento, do tamanho das letras e do posicionamento no anúncio são elementos que podem ser utilizados para transmitir diferentes mensagens e emoções ao público.

Esse tipo específico de anúncio foi encontrado em poucas edições dos jornais, provavelmente devido ao processo de produção que envolvia a confecção de clichês, o que poderia tornar seu valor mais elevado. Arthur Arezio da Fonseca definiu clichê de diferentes formas, entre elas como “chapa para impressão tipográfica obtida por meio dos processos de fotogravura ou fotozincogravura, gravada sobre placas de zinco, cobre ou madeira” (Arezio, 2017, p. 89). Além disso, manuais, revistas e fotografias complementaram a

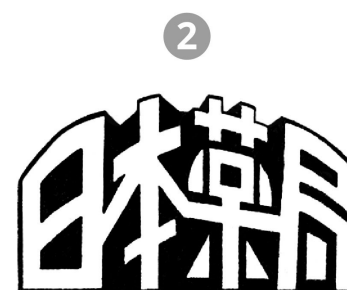


Figura 4.10. (1) Anúncio de divulgação da Farmácia Japonesa, publicado em 10 de janeiro de 1936, no *Nippon Shinbun*; (2) Letreiramento tratado em editor de imagens gráficas. (Elaborado pelo autor)

análise documental, diversificando a pesquisa com dados primários além dos jornais, que são os documentos mais relevantes.

Ainda na fase de pré-análise e a partir da leitura e da escolha dos anúncios, chegou o momento de reavaliar as hipóteses propostas no projeto de pesquisa. Após reavaliar as hipóteses e objetivos da análise de conteúdo, foi o momento de determinar os indicadores. Segundo Santos e Sousa (2020), os indicadores funcionam como pontos de referência que permitem extrair a essência da mensagem de um documento. Este processo envolve segmentar o texto em unidades comparáveis de categorização, para posterior análise temática e codificação dos dados. Assim, antes de iniciar a categorização dos anúncios, foi importante estabelecer alguns indicadores.

Na sequência, foi desenvolvido um modelo de ficha de análise para registrar as características de cada um dos 60 letreiramentos selecionados. O registro das informações foi realizado por meio do aplicativo Google Forms, que permitiu sistematizar os dados e gerar tabelas e gráficos resumindo as informações coletadas. Essa ficha foi dividida em 2 partes, sendo a primeira parte destinada a levantar informações sobre os aspectos contextuais e a segunda sobre os aspectos visuais, e subdividida em 13 questões (Quadro 5).

<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 ホテル東洋 梅田金次郎 製菓卸小賣 梅田友次郎 パウリスタ線マリヤ町</p>	<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 ビリグイ 中央日本人會 (舊同志會)の改稱</p>	<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 内外品雜貨 反物小間物 上田商店 上田留治 パウリスタ線 ベラクルス驛</p>
<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 御旅館 中村忠吉 ビリグイ町</p>	<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 内外雜貨食料品並ニ運搬業 峯松商店 北西線アラツワ市 アルトビメント町</p>	<p>謹賀新年 日一月一年七和昭 齒科醫 實臣衛 北西線アラツワ市 ジエネラル・オプゾ街 (大原兄弟會館・コレイオの中間)</p>
<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 御旅館 保坂龜藏 アラツワ市</p>	<p>賀正 昭和七年一月一日 スタンゲード會社 ポストセルピツツ 景山百貨店 景山博史 店員一同 アルト景山耕地従業員一同 ベラクルス景山耕地従業員一同</p>	<p>謹賀新年 日一月一年七和昭 家具製造及販賣 武部家具店 武部寛一 アラツワ市 プリンキーヤイザベラ街</p>
<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 珈琲精選所、精米所 アグアリンバ雜貨商 安瀨農場 アラサツワ事務所(同驛近く) 郵函二〇八 電話五四</p>	<p>謹賀新年 昭和七年一月一日 珈琲綿花仲買 内外雜貨商 スタンダード特約販賣店 ガソリーナ石油 安元靑太 サンパウロ州パウリスタ線 ドアルチーナ驛 郵函一〇三</p>	

Figura 4.11. Exemplo de página contendo 12 anúncios compostos por tipos móveis em estilo *minchō*, em uma página do jornal *Burajiru Jihō*, publicado em 1 de janeiro de 1932. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

錠劑

わ

か

も

と

ニセモノ有り

ミツワ商會のレツテル
付きなら絶対御安心

胃腸諸症に
妊産婦衰弱に
慢性衰弱症に
疲労老衰に
虚弱乳幼児に

製造發賣元
株式会社 興和堂 東京 本町三丁目六番

直輸入元
ミツワ商會

サンパウロ市
郵 三六五六
電話 二一四四四五番

東京市芝公園大門一丁目一七〇番
電話 芝一七〇番
電話 芝一七〇番

Figura 4.12. Anúncio de página inteira da Casa Mitsuiwa para promoção das pastilhas Wakamoto, publicado no jornal *Nippon Shinbun*, em 4 de agosto de 1937. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)

Quadro 5 – Questões para análise contextual e visual

Questões sobre o contexto do anúncio	
Tópico	Finalidade
Nome do anunciante	identificar quem está divulgando o produto ou serviço
Caracteres antigos e/ou novos	analisar se alguns dos caracteres utilizados são arcaicos ou não
Transliteração	transcrever os caracteres japoneses para o alfabeto romano
Tradução	fornecer a tradução do conteúdo escrito nos letreiramentos
Sistema de escrita	identificar o sistema de escrita japonês utilizado
Orientação da escrita	indicar a direção em que o texto está disposto (horizontal ou vertical)
Tipo de negócio	classificar o ramo de atividade do anunciante
Informações adicionais	fornecer dados extras relevantes para a análise
Questões sobre os elementos visuais do letreiramento	
Estilo dos terminais	avaliar o estilo das extremidades das letras
Largura	analisar variações na largura das letras
Contraste	verificar a presença de variação no contraste entre traços
Presença de ornamentos	indicar se há elementos decorativos nos letreiramentos
Aspectos visuais adicionais	incluir outros elementos visuais relevantes não contemplados nas categorias anteriores

Elaborado pelo autor

As questões relacionadas aos aspectos visuais tinham como objetivo obter informações sobre elementos de composição dos caracteres em nível microtipográfico. Conforme explica o designer gráfico Jost Hochuli (2013), “microtipografia” ou “tipografia de detalhe” se ocupa das questões referentes às unidades: letra, palavra, linha, espaçamento e mancha na composição textual, enquanto a “macrotipografia” corresponde ao formato da página impressa, da organização da hierarquia dos títulos, dos textos e das legendas, e da disposição da mancha gráfica (Hochuli, 2013, p. 7).

Em seguida, procedeu-se à exploração do material, etapa cujo objetivo foi a categorização e codificação do conteúdo dos anúncios. Durante essa fase, a definição das categorias foi estabelecida, identificando os elementos essenciais para uma análise de conteúdo (Santos e Sousa, 2020, p. 1401). Entretanto, antes de categorizar o conteúdo, foi necessário traduzir do japonês para o português as informações presentes nos anúncios, como descrições de produtos ou serviços, endereço e nome do anunciante. Quando não foi viável traduzir o nome do anunciante ou outra informação com contexto específico, optou-se por fornecer apenas a transliteração do texto.

Em alguns casos, os títulos de obras musicais ou cinematográficas não foram traduzidos, pois uma tradução poderia ser inadequada ou levar a ambiguidades desnecessárias. Por exemplo, o título *Akatsuki ni inoru*, da canção composta pelo músico Yūji Koseki (1909–1989), se traduzido literalmente seria “orar para o ama-

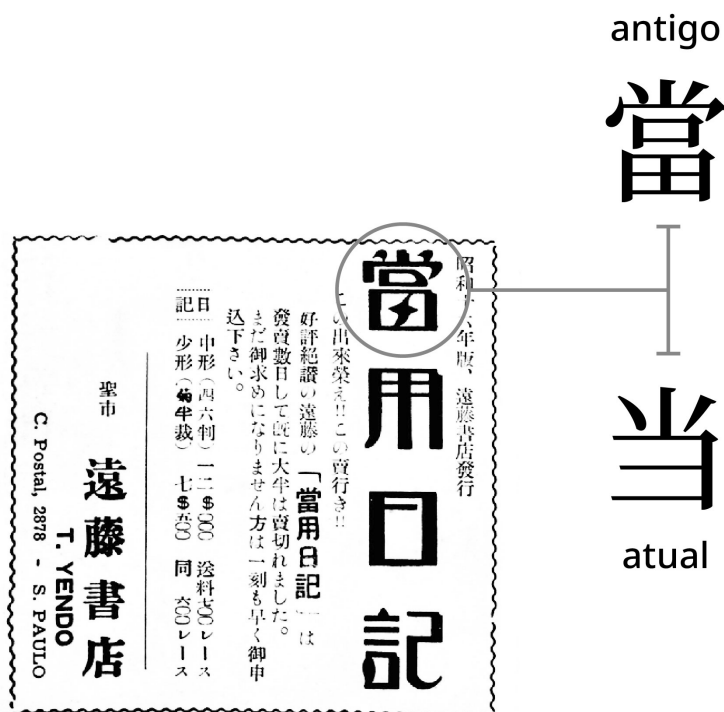
nhecer”. No entanto, por ser uma obra produzida em um contexto histórico específico, neste caso durante a Segunda Guerra Mundial, qualquer tradução proposta poderia não capturar o real significado da canção.

O processo de tradução dos conteúdos nos anúncios japoneses publicados entre as décadas de 1920 e 1940 apresentou alguns desafios. Primeiramente, há a dificuldade de encontrar informações sobre empresas e produtos que já não existem mais, o que exigiu um trabalho minucioso de investigação histórica. Além disso, a interpretação de palavras ou caracteres que caíram em desuso após a reforma da escrita japonesa também representou um desafio significativo. Esta reforma, iniciada durante o período Meiji (1868–1912), visava correlacionar o japonês falado padrão com a palavra escrita, resultando no desenvolvimento da língua escrita japonesa moderna. No entanto, ela também levou ao surgimento de caracteres raramente utilizados no Japão, dificultando a compreensão e interpretação de anúncios mais antigos que faziam uso desses caracteres.

Chris Seeley (1984) explica que, desde o início do século XX, houve discussões sobre a reforma dos caracteres utilizados no cotidiano. Esses caracteres, posteriormente denominados “caracteres arcaicos” (*kyūjitai*), foram identificados nos textos dos anúncios em língua japonesa entre as décadas de 1920 e 1940. Por exemplo, nessa época, o caractere *tō* era grafado com 13 traços. Este caractere foi encontrado em um anúncio de 1940 da Livraria T. Yendo (Figura 4.13). Depois da reforma ortográfica, após a Segunda Guer-

ra, o caractere foi substituído por outro de apenas 6 traços.

Figura 4.13. Caractere tō, que compõe o termo *tōyōnikki* (significando “diário” ou “agenda”), em destaque no anúncio da Livraria T. Yendo para divulgação das agendas de 1941, publicado no jornal *Seishū Shinpō*, em 7 de dezembro de 1940. (Acervo da *Hoji Shinbun Digital Collection*, Instituição Hoover, Universidade Stanford)



A terceira fase abordou o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Durante esta etapa, o tratamento dos resultados teve como objetivo principal extrair e compreender os conteúdos do material coletado através dos procedimentos de pré-análise. Este momento foi caracterizado pela análise reflexiva e crítica (Santos e Sousa, 2020, p. 1401–1402). No processo de tratamento dos resultados, ocorreu a organização e preparação dos dados para análise, o que incluiu a tabulação dos dados (Figura 4.14) e a categorização das informações.

Tabulação - Letreiramento Japonês Moderno ☆ 📄 ☁

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões ...

100% R\$ % 0.00 123 Padrã... - 10 + B I A :

1:161 2. Caracteres antigos e/ou novos 【旧字体・新字体】

	E	F	G	H
1	3. Transliteração 【ローマ字】	4. Tradução 【翻訳】	5. Sistema de escrita 【文字体系】	6. Orientação da escrita
2	<i>Chijō no seiza (kanketsu) seiza-hen</i>	"Constelações na terra: parte final"	Kanji (漢字), Hiragana (ひらがな)	Outro (その他)
3	<i>Akatsuki ni inoro</i>	"Ore pelo alvorecer"	Kanji (漢字), Hiragana (ひらがな)	Vertical (右縦書き)
4	<i>Yabe yōfuku-ten</i>	"Loja de roupas ocidentais Yabe"	Kanji (漢字)	Horizontal (右横書き)
5	<i>Nanbei ginkō</i>	"Banco sul-americano"	Kanji (漢字)	Vertical (右縦書き)
6	<i>Haru no uri-dashi</i>	"Promoção de primavera"	Kanji (漢字)	Horizontal (右横書き)
7	<i>Wata puranta-ki</i>	"Máquina para plantio de algodão"	Kanji (漢字), Katakana (カタカナ)	Vertical (右縦書き)
8	<i>Hariba</i>	"Halibute"	Katakana (カタカナ)	Horizontal (右横書き)
9	<i>Chijō no seiza</i>	"Constelações na terra"	Kanji (漢字), Hiragana (ひらがな)	Horizontal (右横書き)
10	<i>Kōa kōshin-kyoku</i>	"Marcha da ascensão asiática"	Kanji (漢字)	Horizontal (右横書き)
11	<i>Kikkōman shōyu</i>	"Molho de soja Kikkōman"	Kanji (漢字), Katakana (カタカナ)	Horizontal (右横書き)
12	<i>Hechimakoron</i>	"Colônia Hechima"	Katakana (カタカナ)	Vertical (右縦書き)
13	<i>Pishinōru</i>	Sem tradução	Katakana (カタカナ)	Vertical (右縦書き)
14	<i>Imuberiaru mishin</i>	"Imperial Mishin"	Katakana (カタカナ)	Horizontal (右横書き)

+ ≡ Respostas ao formulário 1 Contagem: 802 <

Na análise realizada com base nos perfis dos anunciantes, foi possível identificar anunciantes de diversos segmentos de mercado que investiram em anúncios cuja composição gráfica se destacava por meio do uso de letreiramento moderno. A análise de conteúdo, enquanto técnica de pesquisa, apresenta uma variedade de abordagens e métodos, embora siga uma sequência sistemática que proporciona consistência aos estudos, conforme proposto por Laurence Bardin em seu livro *Análise de Conteúdo* (2011). Após o tratamento dos dados, que envolveu a organização e preparação das informações coletadas, as etapas subsequentes concentraram-se na inferência e interpretação dos resultados obtidos.

Figura 4.14. Planilha gerada a partir dos dados obtidos ao analisar o conteúdo dos anúncios.
(Elaboração do autor)

