Revue européenne des migrations internationales

vol. 26 - n°1 | 2010
Les médias des minorités ethniques

La presse des *nikkeis* au Brésil : l'invention d'une identité collective

The Press of the Nikkeis *in Brazil: The Invention of a Collective Identity*

La prensa de los nikkeis *en Brazil: la invención de una identidad colectiva*

Helena Prado

Édition électronique
URL : https://journals.openedition.org/remi/5044
DOI : 10.4000/remi.5044
ISSN : 1777-5418

Éditeur
Université de Poitiers

Édition imprimée
Date de publication : 1 février 2010
Pagination : 103-118
ISBN : 978-2-911627-54-5
ISSN : 0765-0752

Référence électronique
Helena Prado, « La presse des *nikkeis* au Brésil : l'invention d'une identité collective », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 26 - n°1 | 2010, mis en ligne le 01 février 2013, consulté le 15 avril 2022. URL : http://journals.openedition.org/remi/5044 ; DOI : https://doi.org/10.4000/remi.5044

© Université de Poitiers

Note de recherche

La presse des *nikkeis* au Brésil : l'invention d'une identité collective

Helena PRADO*

La communauté japonaise au Brésil, que l'on chiffre aujourd'hui à près de 1,5 millions d'individus, possède désormais une histoire longue d'un siècle. En 2008, on célébrait dans tout le Brésil le centenaire de l'arrivée des premiers migrants japonais au port de Santos, dans l'État de São Paulo, à bord du bateau *Kasato-Maru* en provenance de Kobe. Cette commémoration du centenaire de l'immigration japonaise au Brésil a été l'occasion, pour les médias de la communauté japonaise – mais aussi les médias nationaux –, de traiter de l'histoire de cette immigration et de donner une visibilité à la population d'origine nipponne. Le centième anniversaire de l'immigration japonaise au Brésil a aussi été l'occasion de rappeler qu'il existe, depuis la fin des années 1980, une nouvelle migration de travail, dite parfois « de retour » au Japon[1], des Brésiliens d'origine japonaise et de leurs familles[2] (Perroud, 2007).

La presse qui est destinée à la communauté *nikkei* au Brésil, aujourd'hui de plus en plus dispersée et hétérogène, fait office de « récit » lequel joue le rôle de mémoire collective quand il s'agit d'histoire de l'immigration, d'initiation quand il explique des éléments de la « culture japonaise », de témoignage quand il narre les histoires de vie des *dekasseguis*, d'information quand il rend compte de l'actualité et enfin de marketing ethnique quand il présente des produits de beauté et d'alimentation spécifiques aux *nikkeis*.

Les médias *nikkeis* sont abordés dans cet article comme support d'expression et de réinvention d'une identité collective *nikkei* au Brésil. Dans un premier temps nous

* Doctorante, EHESS/Unicamp, Laboratoire d'Anthropologie Sociale – Collège de France, 52 rue du Cardinal-Lemoine 75005 Paris, helenamprado@gmail.com

1 Cette migration appelée « mouvement *dekassegui* », conduit les descendants d'immigrés japonais, les *nikkeis,* à une grande mobilité et à des va-et-vient très fréquents. *Dekassegui* désigne plus précisément les personnes qui quittent leur territoire natal pour travailler temporairement dans un autre pays, qu'ils aient une ascendance japonaise ou non. Ce terme est désormais couramment employé dans la presse *nikkei* pour parler de la communauté brésilienne au Japon.

2 La population brésilienne au Japon est estimée à plus de 300 000 personnes.

rendrons compte de la création d'une presse destinée aux nippo-brésiliens puis nous aborderons les périodiques ethniques contemporains et la façon dont ils mettent en scène différents stéréotypes répandus dans l'opinion publique. On se centrera plus particulièrement sur les représentations des *nikkeis* : valorisation de l'individu d'un point de vue comportemental et physique (ce qui a supposément trait à la « race » japonaise[3]), social (intégration et réussite) et historique (du Japon et des immigrés). Nous poserons enfin la question de savoir dans quel espace s'inscrivent ces médias.

PRESSE NIPPO-BRÉSILIENNE

Dans le cas des nippo-brésiliens, la presse a été, dès les débuts de l'immigration, un moyen important d'expression de l'identité d'une communauté japonaise au Brésil, à la fois représentée et recréée par le support médiatique.

Perspective historique et évolution

Dès la moitié des années 1910, quand se sont constitué des « colonies » japonaises, regroupements de familles d'immigrés[4], l'on voit apparaître la publication de journaux en langue japonaise, comme le *Nanbei* et le *Nippak Shinbun* (« Journal Nippo-brésilien », 1916), le *Burajiru Jihô* (« Nouvelles du Brésil », 1917), et le *Seishu Shinpo* (« Nouvelles de São Paulo », 1921). L'instauration d'une presse destinée aux Japonais au Brésil est favorisée par un contexte où le nombre d'immigrés est en augmentation et où leur situation économique, moins précaire, leur permet d'investir dans l'édition de journaux. La population japonaise immigrée au Brésil se caractérise en outre par un fort taux d'alphabétisation, – la majorité des immigrés savent lire et écrire à leur arrivée –, et par l'importance qu'elle accorde à l'éducation et à la scolarisation en langue vernaculaire, expliquant ainsi la divulgation rapide d'une presse écrite en japonais.

La presse communautaire a pour objectif premier de tenir informés les immigrés de la situation de leurs semblables ainsi que des différents problèmes qui se posent à eux. Elle donne des informations générales sur la situation économique et politique du Brésil, sur les « colonies » japonaises ainsi que sur le Japon. La presse japonaise du

3 Le terme « race » est largement utilisé au Brésil pour désigner et catégoriser les individus selon une nationalité ou une origine ethnique. Il est par conséquent très présent dans les médias, aussi bien nationaux *mainstream*, qu'ethniques.

4 Les immigrés japonais – venus en familles – sont dispersés dès leur arrivée dans les différentes exploitations de café de l'État de São Paulo. Très rapidement, ils quittent leur statut de main-d'œuvre salariée dans les exploitations pour se regrouper en coopératives agricoles dans de nouvelles zones défrichées ou à la périphérie des centres urbains, puis plus tard s'installent en tant que petits commerçants dans les villes et la capitale São Paulo de l'État du même nom ; ils créent ainsi des « colonies » japonaises, comme eux-mêmes les nomment, où les activités communautaires sont nombreuses (associations culturelles, écoles en langue vernaculaire, et bien sûr éditions de bulletins ou journaux) (Cardoso, 1998).

Brésil permet ainsi la création et le maintien de liens entre les immigrés, favorisant la solidarité, nécessaire à la constitution d'une « communauté » de Japonais (Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa, 1992 : 93).

Dans les années 1930, il existe déjà une vingtaine de journaux et de revues. Ce sont les journaux de São Paulo qui, de toutes les publications en langue japonaise, exercent un rôle prépondérant dans la « communauté » du Brésil. Les éditions hebdomadaires deviennent quotidiennes, les tirages se multiplient. Après la Seconde Guerre mondiale, durant laquelle la publication des journaux en langue étrangère est interdite[5], reparaissent plusieurs quotidiens en japonais, dont les trois principaux vont se maintenir jusqu'aux années 1990 : *São Paulo Shinbun* (« Journal de São Paulo », 1946), *Jornal Paulista* (« Journal Paulista », 1947) et *Diário Nippak* (« Quotidien Nippak », 1948). À cette époque, les journaux en japonais constituent encore le principal moyen pour les *nikkeis* de s'informer sur le Japon et le Brésil et plus généralement sur la situation mondiale. Ils exercent une influence importante auprès de l'ensemble des immigrés et de leurs descendants. Toutefois, avec le renouvellement des générations et l'augmentation du nombre de *nikkeis* qui ne parlent pas, ne comprennent pas et surtout ne lisent pas le japonais, les raisons d'être des périodiques, en langue japonaise, disparaissent.

Depuis les années 1990 plusieurs nouveaux journaux et revues hebdomadaires ou mensuels, destinés à la communauté *nikkei* sont publiés en portugais. Ils ont toujours pour objectif de transmettre des informations sur le Japon mais, en particulier – et c'est la principale nouveauté –, sur la migration des *dekasseguis,* très importante ces dernières années, tant pour informer les lecteurs de leurs conditions de vie là-bas, que pour faire des propositions à ceux qui veulent émigrer. En outre, certains périodiques interrogent la place des *nikkeis* dans la société brésilienne et dans la société japonaise, et sur leur rapport aux deux cultures, tentant ainsi de réinstaurer un lien identitaire entre les descendants d'immigrés japonais. Des publications récentes comme *Nikkey Já* (« *Nikkei* dès maintenant »), *Nosso Corredor* (« Notre corridor »), *Jornal Nippo-Brasil* (« Journal Nippo-Brésil »), *Japão Aqui* (« Japon ici ») et *Made In Japan* (« Fait au Japon »), participent de ce nouveau mouvement de la presse *nikkei* au Brésil.

Cette période de renouveau de la presse n'est sans doute pas due au hasard. Le départ de nombreux *dekasseguis* pour le Japon joue un rôle important dans le retour à certaines interrogations – en particulier identitaires – concernant les descendants d'immigrés japonais au Brésil. Cette hypothèse se confirme quand l'on prête attention au boom parallèle de la presse en portugais publiée pour la communauté nippo-

5 Le décret national de 1937, visant la réglementation de la presse en langue étrangère, sous le régime autoritaire et nationaliste de Getúlio Vargas, interfère dans la publication des périodiques japonais, censurant et imposant à ces derniers la traduction en portugais des principaux articles ainsi que la création d'une section uniquement en portugais. En 1941, certains journaux rédigés en japonais, tels que *Notícias do Brasil* (« Nouvelles du Brésil »), continuent à circuler clandestinement ; d'autres, comme *Brasil Asahi* (initialement *Nippak Shinbun*) prennent la décision de publier uniquement en langue portugaise.

brésilienne du Japon. Depuis les années 1990, trois journaux et revues s'adressent aux *dekasseguis* : *Jornal Tudo Bem* (« Journal Tout Va Bien »), *Jornal International Press* (« Journal Presse Internationale »), *Gambarê* ! (« Donne le meilleur de toi-même ! ») ; la revue *Made In Japan* est également distribuée à Tokyo.

Diffusion d'une identité (nippo-)brésilienne dans les médias

À la fin des années 1930 et au début des années 1940, on assiste à la rapide ascension sociale des immigrés japonais (Cardoso, 1998). Certains immigrés *isseis* et descendants *nisseis* (deuxième génération) étudient déjà dans des universités ; ils participent alors aux réflexions intellectuelles et politiques sur l'identité des *nikkeis* et leur place dans la société brésilienne, par l'intermédiaire de la presse. Quelques étudiants *nikkeis* de São Paulo fondent ainsi la *Liga Estudantina Nipo-Brasileira* (« Ligue Estudiantine Nippo-Brésilienne ») avec pour objectif de « promouvoir la place du *nikkei* » (Lesser, 2001 : 221) dans la société brésilienne. En 1935, le journal mensuel *Gakusei* (« L'étudiant ») de la Ligue paraît pour la première fois, en portugais, avec comme préambule :

> *« Ce que nous désirons : Resserrer encore plus, dans un milieu culturel, le lien d'amitié qui nous lie, nous, Brésiliens, fils de Japonais, à nos collègues d'étude, leur communicant, à travers nos écrits, la volonté que nous avons d'écrire dans cette belle langue de Camões ; l'idée qui alimente notre esprit ; l'aspiration que nous souhaitons pour le bonheur de la patrie commune, le Brésil »*
> (Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa, 1992 : 175).

La manifestation de l'appartenance à la culture brésilienne par la nationalité (citoyenneté, langue et culture) va de pair avec l'appartenance à la culture japonaise par la descendance (filiation et mémoire collective). Ainsi les articles de *Gakusei* prennent position en déclarant que les descendants d'immigrés japonais sont « Brésiliens dans tous les aspects » pour avoir vécu toute leur vie ou presque au Brésil.

Après la disparition du journal *Gakusei* (1938), la *Liga Estudantina Nipo-Brasileira* crée une nouvelle revue, *Transição* (« Transition ») en 1939, destinée à la communauté *nikkei*. L'éditorial du premier numéro présente la revue en ces termes :

> *« Nous, Brésiliens fils de Japonais, sommes une transition. Transition entre ce qui a été et ce qui sera. Transition entre l'Orient et l'Occident. Nous représentons le trait d'union entre deux extrêmes. Aussi paradoxal que cela paraisse, nous unissons les antipodes. (…) Nous savons ce que nous sommes. Nous pouvons, mieux que quiconque, dire ce que nous représentons : c'est la finalité de cette revue. Transição… est l'objectivation, la mise en évidence de la transformation imperceptible qui s'opère en nous. Il s'agit de la compréhension de nos parents, les Japonais, pour nos frères, les Brésiliens, par une langue commune, le brésilien. L'harmonisation de deux civilisations, apparemment antagoniques. La fusion, dans un idéal de compréhension mutuelle, des qualités inhérentes à chacune. Enfin, des Brésiliens conscients et fiers de leur terre et de leurs parents »*
> (Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa, 1992 : 176).

Les articles de la revue *Transição* sont autant de réponses critiques aux discussions menées par les élites politiques brésiliennes sur le problème de « l'assimilation » des Japonais et la croyance en « l'enkystement » de ceux-ci. Ils visent à défendre principalement l'idée amorcée dans le journal *Gakusei*, selon laquelle les *nikkeis* sont des Brésiliens à part entière.

Les revendications identitaires dans la presse ethnique changent toutefois d'orientation dans les années 1950 et 1960 : avec l'intégration des immigrés japonais et de leurs descendants au Brésil, il n'est plus tellement question de s'affirmer comme Brésilien pour les *nikkeis* mais plutôt d'interroger cette double influence et appartenance culturelle. Plus tard, dans les années 1980, le journal *Diário Nippak* par exemple, crée un supplément bi-hebdomadaire, en langue portugaise, avec comme objectif « explorer la dualité d'être nippo-brésilien ». À la fin des années 1990, la revue *Japão Aqui* pose la question de l'identité : « Qui sommes nous : Japonais ou Brésiliens ? » (Lesser, 2001 : 298).

Avec le mouvement *dekassegui*, les nippo-brésiliens se trouvent confrontés à un mode de vie japonais qui n'a plus grand-chose à voir avec ce qu'ils connaissent, provoquant de nouvelles interrogations quant à leur identification à la culture japonaise. Dans les médias ethniques cela se traduit par une accentuation de la dualité nippo-brésilienne au détriment d'une représentation et d'une affirmation unilatérale de l'identité. La revue *Made in Japan* est un exemple du renouveau de la presse *nikkei* ; écrite en portugais, elle se tourne vers les nippo-brésiliens qui s'intéressent à la culture japonaise, elle rend compte de l'actualité de la « communauté *nikkei* » au Brésil et au Japon (*dekasseguis*), et traite de plus en plus de sujets concernant le Japon.

Il faut préciser également que l'évolution de la presse *nikkei* va de pair avec l'intérêt grandissant pour la culture japonaise dans le monde, en particulier pour ce qui concerne les arts (cinéma, peinture, théâtre, musique) et les tendances culturelles contemporaines (mangas, musique, mode, etc.). Les médias destinés à la communauté ont donc trouvé un public : les jeunes brésiliens d'origine japonaise qui ne se reconnaissent pas forcément comme *nikkei*.

La presse *nikkei* actuelle

La presse écrite contemporaine destinée à la communauté japonaise au Brésil comprend différents supports – journaux, magazines et revues avec des périodicités différentes – qui s'adressent à des catégories de population diverses et qui n'ont pas les mêmes stratégies commerciales. Il est toutefois possible d'observer des thèmes et des manières similaires de présenter la communauté *nikkei* aujourd'hui.

Nous avons choisi d'analyser trois supports médiatiques, facilement accessibles dans les kiosques à journaux, présents dans les institutions de culture japonaise au Brésil (comme la Fondation Japon et la Société Brésilienne de Culture Japonaise) et présentés par de nombreux membres de la communauté *nikkei* à São Paulo comme la presse la plus intéressante et la plus représentative en direction des nippo-brésiliens.

Nous avons étudié le *Jornal Nippo-Brasil* (anciennement appelé *Noticias do Japão*, publié par International Press Brasil depuis 1999, tiré à 53 000 exemplaires), la revue mensuelle *Made in Japan* (publiée par les Éditions Japan Brazil Communication depuis 1997, tirée à 50 000 exemplaires dont 10 000 au Japon) ainsi que le journal mensuel *Nikkey Já* (publié par la Fundação Japão depuis 2004). Deux de ces titres ont également leur équivalent distribués au Japon en direction de la communauté *dekassegui* : le *Jornal Nippo-Brasil* est partenaire du *Jornal International Press* (hebdomadaire en portugais tiré à 60 000 exemplaires) et la revue *Made in Japan* est distribuée simultanément à São Paulo et à Tokyo. Tous ces titres comportent une référence au Japon dans leur nom à travers les mots « nippo », « nikkey » ou « Japan ». De même, la couleur rouge[6] revient systématiquement, que ce soit dans le nom du quotidien *Jornal Nippo-Brasil*, ou dans le nom du mensuel *Nikkey Já*, ou encore dans les titres et sous-titres, faisant écho au drapeau japonais et aux lanternes rouges du quartier oriental de São Paulo, Liberdade. Les gros titres ou titres des rubriques sont souvent accompagnés de leur traduction en caractères japonais. Dans le *Jornal Nippo-Brasil* et dans *Made in Japan* des articles sont publiés dans les deux langues ou rédigés en japonais.

Les journaux *Nippo-Brasil* et *Nikkey Já* s'adressent à un public large à l'intérieur de la communauté *nikkei*. Jusqu'au début des années 1990 surtout lu par les plus âgés, pour ses rubriques d'information socio-politiques concernant les *nikkeis*, le *Jornal Nippo-Brasil* propose depuis récemment un cahier spécial sur la santé, la beauté, et la culture japonaise traditionnelle et contemporaine. À l'inverse des journaux d'information, plus sobres, la revue *Made in Japan* est éditée sur papier glacé, ses couvertures sont très colorées, le graphisme est moderne et les titres « accrocheurs ». Son public est plutôt jeune, composé d'adolescents et de jeunes adultes.

Les journaux *Nippo-Brasil* et *Nikkey Já*[7] réservent de nombreuses colonnes aux informations d'ordre politique, économique et sportif directement liées à la communauté *nikkei*. Ils possèdent également tous deux une rubrique spécifique dédiée à l'opinion des membres de la communauté et à leurs activités – associations, événements, etc. Ces journaux se font également l'écho des discours politiques brésiliens et japonais concernant la situation de la communauté *dekassegui* au Japon[8] et informent sur son actualité culturelle, économique, etc.

La revue *Made in Japan* traite aussi dans ses articles de l'immigration, de l'intégration, de l'identité et de la vie des *nikkeis* au Brésil et au Japon. Elle est composée d'articles ou d'interviews sur les *nikkeis* ou les Japonais célèbres, de

6 Il faut souligner que la couleur rouge est utilisée également dans la presse brésilienne quand il s'agit de parler de culture ou d'immigration japonaise. Voir par exemple l'édition de la revue hebdomadaire nationale *Veja*, n°49, 12 décembre 2007, « Imigração japonesa : 100 anos depois ».

7 *Nikkey Já* est d'aspect plus convivial, moins sérieux également, moins approfondi que le *Jornal Nippo-Brasil*.

8 Cahiers spéciaux du *Jornal Nippo-Brasil* intitulé « Brasil no Japão » (Brésil au Japon), rubrique « Japão » de *Nikkey Já* et, tout récemment en fonction de la conjoncture de crise économique qui poussent les *dekasseguis* à rentrer au pays, « Recomeçar no Brasil » (Recommencer au Brésil).

chroniques sur la vie au Japon (*dekasseguis*) et sur la mode à Tokyo – « Tokyo Style » – et enfin de reportages sur les dernières inventions technologiques japonaises. Elle propose une rubrique « vie et bien-être » illustrée de publicités offrant les services de médecins, chirurgiens, physiothérapeutes – toujours aux patronymes japonais –, mais aussi de publicités pour des produits d'alimentation japonais et pour des services d'aide aux *dekasseguis*. Dernier aspect, sans doute l'un des plus importants de la revue, elle présente des « personnalités » *nikkeis*, et valorise leur double appartenance nippo-brésilienne, en mettant en évidence ce que les rédacteurs considèrent comme des caractéristiques japonaises et brésiliennes de ces personnes et de leur image.

Tous ces périodiques sont illustrés de nombreuses photos d'événements particuliers et de portraits de membres reconnus de la communauté. Ils ont tous une rubrique réservée à la mode et à la beauté nippo-brésiliennes. Enfin, et c'est la principale nouveauté par rapport à une presse ethnique plus ancienne, ces périodiques consacrent une partie importante de leur contenu à la culture japonaise, entendue le plus souvent comme la culture traditionnelle (historique, gastronomique, artistique, religieuse, etc.) et contemporaine du Japon (musique populaire, J-Pop, dessins animés, etc.).

REPRÉSENTATIONS DES *NIKKEIS* SUR LA SCÈNE MÉDIATIQUE

Quels sont les procédés de valorisation mis en exergue dans les représentations des *nikkeis* et utilisés dans les médias écrits ? Ces périodiques ethniques, les journaux en particulier, ont pour objectif déclaré de préserver la communauté *nikkei* et de promouvoir l'intégration des descendants (Silva, 2008 : 53). Il s'agit pour cette presse écrite de rapprocher les cultures brésilienne et japonaise pour conserver et réélaborer les liens identitaires entre les *nikkeis*, comme c'était déjà le cas de la presse ethnique des débuts de l'immigration japonaise au Brésil notamment avec l'idée d'une ancestralité commune aux *nikkeis* et d'une double appartenance culturelle au Japon et au Brésil. Ce message est déjà révélateur de la perception d'une « communauté *nikkei* » supposée homogène et cohérente ; la dénomination même de *nikkei* ou nippo-brésilien n'est, *de facto*, pas utilisée pour se définir individuellement, mais est en revanche largement répandue dans les médias ethniques. Dans cette logique la revue *Made in Japan* est exemplaire :

> *« Le contenu de Made in Japan embrasse tous les aspects relatifs à la culture nippo-brésilienne. Du Japon, elle montre la tradition, la gastronomie, les affaires, la mode, le tourisme, la technologie et le comportement. Au Brésil, elle publie les principaux événements de la communauté nikkei et révèle de quelle manière la culture nipponne fait partie du quotidien des Brésiliens. C'est, encore, l'unique revue au Brésil à accompagner le quotidien des Brésiliens qui résident au Japon. »* (D'après le Portfolio des Éditions JBC, Silva, 2008 : 60).

La valorisation des *nikkeis* dans les médias se vérifie par la profusion d'exemples de réussite et de succès des descendants de Japonais dans la société brésilienne, mais aussi au Japon. Ces exemples sont toujours profondément liés à l'idée d'intégration et d'appartenance à la société brésilienne, prouvant ainsi la présence indéniable des *nikkeis* au Brésil. La presse met en avant « ce qui est japonais » chez les

nikkeis, comme étant les caractéristiques nécessaires au succès et à la réussite. Ainsi la nouvelle presse écrite *nikkei*, influencée par la conjoncture du mouvement *dekassegui*, s'est appropriée une culture japonaise d'un autre temps et espace pour mettre en évidence ce qui pourrait faire partie d'une identité *nikkei*.

Il convient de faire particulièrement attention toutefois à la signification de « ce qui est japonais » dans les médias. En effet, les représentations d'une culture japonaise se basent souvent sur des stéréotypes brésiliens à l'égard des Japonais, comme l'idée que ceux-ci sont sérieux, travailleurs et discrets par exemple. La stratégie des périodiques ethniques est donc de profiter de ce qu'il y a de plus avantageux dans ces représentations stéréotypées, celles qui font état de qualités inhérentes aux Japonais, et de rejeter les préjugés négatifs.

En outre, en tirant partie des conceptions de « ce qui est japonais », ils mettent en avant la spécificité des *nikkeis,* exposant les caractéristiques associées à des représentations d'une identité brésilienne dont ils bénéficient : le métissage, la désinvolture, la chaleur humaine, la sensualité. Il ne s'agit donc pas de montrer que les *nikkeis* sont en tous points égaux aux Brésiliens non descendants de Japonais, mais plutôt d'affirmer leur appartenance à la société brésilienne tout en soulignant certaines dissemblances. Cette différenciation se sert quasi exclusivement des préjugés déjà existants au Brésil sur les « Japonais », en les exploitant, les réinterprétant de manière valorisante. En cela, ces médias perpétuent une sorte de tradition de la presse *nikkei* qui défend l'intégration des descendants d'immigrés japonais tout en mettant en relief l'importance particulière que ceux-ci peuvent avoir pour la société brésilienne.

Le *nikkei* a donc « tout pour lui » : les qualités héritées de son ascendance japonaise, ainsi que celles acquises par son vécu brésilien. Selon les situations, les qualités de l'une et l'autre des cultures sont soulignées. Quand il s'agit de réussite professionnelle et d'ascension sociale ce sont les valeurs japonaises qui priment ; quand il s'agit de succès médiatique et de beauté, ce sont les valeurs brésiliennes qui sont mises en avant. Toute la spécificité de l'identité *nikkei* consiste justement à jongler avec ces deux influences culturelles.

Représentations d'une « culture japonaise » commune aux *nikkeis*

Les représentations médiatisées d'une « culture japonaise » s'articulent sur deux niveaux ; d'une part, en présentant la conservation d'une mémoire collective perpétuellement redéfinie, et le maintien de traditions réinterprétées, permettant la constitution de traits caractéristiques « japonais » hérités par les *nikkeis*, elles favorisent la permanence d'une communauté *nikkei* au Brésil, et donnent lieu à une valorisation de l'identité *nikkei* au sein de cette communauté. D'autre part, l'identité nationale brésilienne est réappropriée et réinterprétée de manière à mettre en valeur des qualités « japonaises » de l'identité *nikkei* au sein de la société brésilienne. Par conséquent, dans la presse ethnique, l'identification à des caractéristiques japonaises passe par deux contextes spatio-temporels (Brésil/Japon, passé/présent) ainsi que par le rapport des *nikkeis* avec la communauté nippo-brésilienne et la société brésilienne.

Aujourd'hui encore, l'exemple de la presse montre l'importance de la mémoire collective des immigrés japonais pour entretenir l'idée d'une « communauté *nikkei* », ainsi que pour conserver des souvenirs de cet héritage culturel japonais. Il semblerait même que la mémoire collective prenne depuis quelques années une nouvelle importance. En effet, cette mémoire collective entretenue, mais surtout réinterprétée au fil du temps, revêt un sens nouveau : recréer chez les jeunes *nikkeis*, un lien avec leurs ancêtres.

> *« La tradition est une re-conceptualisation du passé en relation au présent. Elle est faite et refaite dans une espèce de dialectique de l'interprétation entre passé et présent. (…) C'est-à-dire que la propre catégorie "tradition japonaise" est une construction que les nippo-brésiliens ont forgé au fil du temps »*
> (Sakurai, 2006 : 17).

Ce qui prime et importe, est la nécessité de donner lieu à une tradition commune, dans laquelle tous les *nikkeis* peuvent se retrouver. En ce sens, la préservation d'une mémoire collective, qui passe par la réinterprétation des traditions, contribue à cimenter les rapports entre les individus d'une même origine (Wieviorka, 2005 : 170). En réinterprétant des traditions, la mémoire collective valorise certains traits de la « culture japonaise », qui contribuent à la construction d'une identité collective sur la base de l'héritage culturel japonais, en faisant ressortir les sentiments d'appartenance à un passé commun prestigieux. Ainsi, l'identification des descendants de Japonais à une tradition et à une mémoire collective des ancêtres, véhiculées par la presse *nikkei*, permet la solidification des liens à une communauté nippo-brésilienne. Dans les périodiques, sont publiés des récits d'immigrés japonais qui évoquent leur parcours, leur intégration au Brésil et qui font appel à l'émotion. D'autres articles encore s'intéressent à la scolarisation des enfants, à l'apprentissage de la langue japonaise, au respect des ancêtres etc. Lors des commémorations du centenaire de l'immigration japonaise, la presse a publié des histoires de vie, elle a valorisé le courage, le sacrifice, la fierté et l'honneur des immigrés japonais arrivés en terre inconnue. De même qu'elle a souligné la sagesse des japonais et leur contribution aux développements des connaissances.

La revue *Made in Japan*[9], le *Jornal Nippo-Brasil* et *Nikkey Já* en montrant dans leurs articles un Japon moderne et une culture japonaise qui dépasse largement ses frontières, valorisent ainsi ceux qui en sont les héritiers, les *nikkeis*. Il y a là une occasion pour la presse d'intégrer les représentations du Japon d'aujourd'hui dans la « culture japonaise » au sens large. L'héritage de cette culture japonaise moderne est revendiqué et même s'il est construit, il fait sens et fait partie de l'identité *nikkei*. En outre l'importance d'une telle représentation de la culture japonaise dans les médias intervient comme un moyen de promouvoir l'héritage culturel des descendants qui ne se sentent pas membres de la « communauté *nikkei* », en apportant des informations sur le style de vie japonais et, par assimilation, sur un mode de vie nippo-brésilien.

9 La revue *Made in Japan* contient de nombreuses chroniques sur la vie au Japon et l'actualité culturelle. Elles traitent notamment de la mode japonaise, de la langue, de l'actualité cinématographique, des innovations technologiques, de la musique et des bandes-dessinées (*mangas*).

Le rapport fait par la presse ethnique entre les *nikkeis* et le Japon actuel lui est aussi profitable. À partir du moment où le Japon devient une puissance économique mondiale, à la fin des années 1970, les *nikkeis* du Brésil commencent à être vus de manière positive. Les préjugés discriminants qui les qualifiaient souvent jusqu'alors, ont cédé la place progressivement à une perception plus valorisante. Toujours stigmatisés, ils se voient attribuer des qualités telles que la responsabilité, le respect, la politesse, la rigueur et le sérieux dans le travail. Superposer à ces attributs de nouveaux aspects venus du Japon – objet d'admiration pour sa culture, ses traditions et sa modernité –, mettent les *nikkeis* en valeur. La presse nippo-brésilienne défend ainsi l'idée que les *nikkeis* sont aussi porteurs de cette modernité attrayante. L'identification à cette culture japonaise réinventée revalorise l'identité *nikkei* dans la société brésilienne, ainsi que le sentiment d'appartenance à une « communauté » ; et, en cela réside une des spécificités de l'identité des descendants de Japonais au Brésil.

Représentations d'une identité nationale brésilienne adaptée aux *nikkeis :* une identité métisse

Comment les médias *nikkeis* s'approprient-ils des représentations issues d'une identité nationale brésilienne ? On entendra par « identité nationale », un concept englobant les représentations collectives visant à catégoriser sous des traits spécifiques, souvent valorisés, une essence commune à tous les membres d'une nation, qui permet à chacun de se reconnaître et de se définir. Les descendants de Japonais ne subissent pas uniquement l'influence d'une culture japonaise mais sont aussi confrontés à une définition de l'« identité nationale brésilienne » qui est diffusée par les médias. Il est donc intéressant de voir dans quelle mesure elle participe à la représentation d'une identité nippo-brésilienne.

À partir des années 1930, après les nombreuses transformations sociales survenues à la fin du XIX^{e} siècle, les élites brésiliennes engagent une réflexion sur la question de « l'identité » nationale. L'idée que le Brésil est une « démocratie raciale », une nation fondée sur la miscégénation et l'harmonie entre individus de trois « races » – européenne, africaine et indigène – se diffuse largement dans le pays (Freyre, 2004). Le métissage est par conséquent devenu le symbole de l'identité nationale brésilienne, et a généré des représentations sociales du métis et des caractéristiques brésiliennes : sensualité, joie de vivre, nonchalance, ouverture d'esprit, communication, etc.

Si la démocratie raciale est aujourd'hui très discutée, en particulier dans le cadre de la « question noire » au Brésil, et bien que les chercheurs en sciences sociales aient démontré qu'elle a pour effet pervers de masquer les discriminations raciales au Brésil, elle reste une idéologie profondément ancrée dans les représentations sociales. L'importance et la valorisation du métissage sont des conceptions appartenant au sens commun brésilien :

> *« En particulier, la valeur donnée au métissage, qui a soutenu les fondements de la démocratie raciale pendant autant de temps, continue à être valorisée par les Brésiliens. (…) La croyance en la miscégénation reste relativement incontestée,*

> *quelque chose comme un sens commun qui se poursuit. De la même manière que des idées sur l'hybridisme et le syncrétisme continuent d'être populaires, la miscégénation restera probablement comme une composante importante de la culture populaire »* (Telles, 2003 : 97).

Pour l'historien Serge Gruzinski, « tous les Brésiliens ne sont pas métis. Mais la culture brésilienne est une culture métisse » (Gruzinski, 2002). Ainsi, elle fait partie de la conception de l'identité nationale, des valeurs et des stéréotypes associés à l'idéologie du métissage ; l'image de la *mulata*[10] dansant la samba au carnaval en est un des exemples les plus connus. Sous couvert d'une idéologie prônant « l'unité dans la différence » et le multiculturalisme, la valorisation du métissage au Brésil donne lieu à la standardisation paradoxale d'une identité nationale avec les stéréotypes qui en résultent. Cette définition de l'identité reste toutefois suffisamment souple pour pouvoir être intégrée par les médias ethniques *nikkeis*, et pour se modifier selon les influences qu'elle subit. L'idéologie du métissage permet l'affirmation de la pluralité « non comme fragilité provisoire, mais comme valeur constituante » (Laplantine et Nouss, 1997 : 33). En cela, le mythe de la démocratie raciale permet l'identification des descendants de Japonais à l'identité nationale brésilienne et favorise le sentiment d'appartenance à une nation ainsi que l'adhésion et l'incorporation des représentations sociales qui y sont attachées. Le mythe de la « démocratie raciale » non seulement persiste mais est largement diffusé par les médias : les métis sont toujours mis en avant et valorisés, dans ce qui a trait à la beauté en particulier (concours de beauté, personnalités médiatiques, mannequins, etc.).

Dans la presse destinée à la communauté nippo-brésilienne, dont l'objectif est de mettre en avant une identité *nikkei*, certains traits constitutifs d'une identité nationale brésilienne sont repris pour valoriser des critères de beauté et des comportements. Il est frappant, par exemple, de voir l'importance des représentations du corps nippo-brésilien dans les médias ethniques : en particulier celui de la femme *nikkei*. D'une part les femmes *nikkeis* bénéficient d'une plus grande visibilité médiatique d'autre part elles sont représentées comme l'emblème du métissage des immigrés japonais avec les Brésiliens. La valorisation des nippo-brésiliens et des nippo-brésiliennes dans les médias s'effectue en soulignant des traits physiques hérités à la fois des Japonais et des Brésiliens, dont l'idéal est représenté par la femme *nikkei* aux yeux bridés (orientaux) et aux courbes sensuelles (tropicales). Quant aux hommes d'origine japonaise, ils sont quasi invisibles dans les médias *nikkeis*. Ils sont habituellement dévirilisés et infériorisés par rapport aux hommes brésiliens dans la perception de leur sexualité ; ils ne sont pas désirables dans les représentations sociales médiatisées, sauf s'ils sont issus d'un métissage très visible. C'est ainsi que le corps féminin sexué, sensuel, devient l'emblème médiatique du métissage, comme c'est le cas de la *mulata* et de la femme nippo-brésilienne dans la presse ethnique *nikkei*.

10 Femme issue de parents d'origine européenne (blanc) et africaine (noir). La *mulata* est l'emblème de la nation brésilienne ; un exemple flagrant est la représentation de la *mulata* dans le carnaval brésilien et dans la musique populaire, dans la peinture, dans le roman,… : elle *est* le corps genré, racialisé et sexualisé par excellence.

Les exemples de beauté « orientale » passent donc par la valorisation du métissage comme symbole de la beauté *nikkei*. Or, ce qui est considéré comme beau dans ce métissage ce sont les attributs physiques brésiliens (formes prononcées et sensuelles). Cela fait la spécificité des *nikkeis* par rapport aux Japonais. Les médias incorporent également la réciproque, soit l'apport de traits asiatiques dans la beauté des métis *nikkeis* ; mais ces traits deviennent alors « exotiques », différents, prouvant qu'ils sont interprétés « à la brésilienne ». La beauté des *nikkeis* métis est unique, mais selon des canons de beauté brésiliens. La revue *Made in Japan* donne de nombreux exemples montrant la beauté métisse mais rares sont ceux qui valorisent l'esthétique orientale, si ce n'est pour souligner les différences existant entre Brésiliens et Japonais[11]. À l'inverse, la valorisation esthétique des *nikkeis* non métis va beaucoup moins de soi, et nombreux sont les témoignages qui expliquent la difficulté pour les descendants de Japonais dits « purs », ou ceux qui ont des traits japonais très marqués, d'avoir « confiance en soi et de se trouver beau ».

Ceci amène à penser que l'acception métisse de cette identité nippo-brésilienne se présente non seulement comme un idéal de beauté auquel il faut s'identifier, mais participe également d'une stratégie possible, par le biais médiatique ethnique, de déconstruction de catégories de domination – en particulier celle de « race » :

> *« Le métissage est perçu comme une stratégie de lutte efficace et redoutée. (…) Le mélange des races rend obsolètes les traits caractéristiques de telle ou telle race et, par conséquent, bouleverse l'organisation sociale. En invalidant les catégories anthropologiques, il permet de résister au système social qu'elles sous-tendent »* (Dorlin, 2006 : 279).

De même que pour les représentations issues de la mémoire collective des ancêtres et du Japon, l'identification à une identité nationale brésilienne transmet également des « normes » de comportements tels que : joie de vivre, chaleur humaine, nonchalance, sensualité, etc. Ceci étant, à la manière de la revue *Made in Japan*, certains de ces attributs d'une identité brésilienne les plus valorisants vont être sélectionnés, et mis sur le devant de la scène, d'une part pour montrer l'appartenance des descendants de Japonais à la société brésilienne, et d'autre part pour exhiber une série de qualités, faisant partie intégrante de leur identité *nikkei*. Par l'adhésion à une identité nationale brésilienne, amplement divulguée par les discours populaires, par les médias nationaux et internationaux et par les représentations collectives, la presse destinée aux *nikkeis* montre leur intégration et leur appartenance à la société et affirme leur lien avec une culture brésilienne.

L'identité *nikkei* dans la presse se constitue donc sur la base d'une double identification : d'une part à une « culture japonaise » réinterprétée par la mémoire collective et les représentations du Japon moderne, véhiculant des stéréotypes propres

11 La rubrique « Tokyo Style » par exemple, illustre les excentricités de la mode japonaise et non un modèle à suivre.

aux « Japonais » ; d'autre part, à une idée de la nation brésilienne définie par le mythe de la « démocratie raciale » et par la valorisation du métissage, diffusant des caractéristiques brésiliennes types. De ce fait, cette double identification des *nikkeis* favorise l'adhésion à une « communauté nippo-brésilienne », qui reprend et réinterprète tous ces éléments d'identification, de manière à faire ressortir les qualités valorisées des Japonais et des Brésiliens, pour conduire à la constitution d'une spécificité identitaire *nikkei*.

UNE NOUVELLE DÉFINITION DE LA COMMUNAUTÉ NIPPO-BRÉSILIENNE

L'exemple des périodiques *nikkeis* est révélateur de la manière dont une communauté nippo-brésilienne a été reconstituée à travers des éléments nouveaux d'identification pour remplacer la « communauté japonaise » tombée en désuétude.

La communauté nippo-brésilienne actuelle n'a plus grand-chose à voir avec la « colonie » japonaise du début de l'immigration et de l'implantation des Japonais au Brésil. Les médias ethniques destinés aux nippo-brésiliens se doivent désormais d'incorporer une double temporalité et spatialité : la communauté *nikkei* au Brésil – dont l'histoire débute en 1908 – et la communauté *dekassegui* au Japon – migration commencée à la fin des années 1980. Ils s'adressent par conséquent à une communauté flexible, mouvante, migrante qui n'est plus nécessairement ancrée dans un territoire. En ce sens, les médias *nikkeis* contribuent à représenter l'idée d'une communauté « transnationale » nippo-brésilienne. Transnationale, car elle transcende un ordre spatial ; elle se construit et se renouvelle à partir d'espaces symboliques qui dépassent les frontières nationales et territoriales jusque là bien définies (Silva, 2008 : 70). Ainsi la transformation de la communauté *nikkei* elle-même, devenue mobile, transnationale et délocalisée, plus que jamais liée à deux pays et deux cultures, le Brésil et le Japon, a conduit à un changement de la presse et à une diversification des sources médiatiques.

Cette transformation de la communauté se traduit dans la presse par une modification de la définition même de communauté. Elle n'est plus seulement interprétée à travers une idée commune d'« ethnie », de consanguinité et de nom, comme semblait l'être la « colonie » japonaise. Le lien fédérateur qui permet la possibilité d'une communauté *nikkei*, devient la culture et ses valeurs éthiques et morales :

> *« Dans ce contexte, où est annoncée la désagrégation et / ou la disparition d'une communauté "ethnique", surgit l'importance, chaque fois plus grande, de la culture comme élément de préservation d'un groupe communautaire »*
> (Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa, 1996 : 65).

Les multiples rapports qu'entretiennent les *nikkeis* avec la mémoire collective et les récits des anciens, ainsi qu'avec les représentations du Japon moderne, contribuent à recréer une culture *nikkei* considérablement différente de celle amenée par les

premiers immigrés. Cette confrontation des cultures, des références identitaires, des valeurs sociales, conduit à la constitution d'une culture différenciée, point de référence d'une communauté nippo-brésilienne délocalisée, au-delà des frontières nationales.

Cette communauté nippo-brésilienne présente également un nouvel aspect qui montre qu'elle ne se base plus sur des conceptions d'« ethnie » et de consanguinité ; elle s'ouvre à des Brésiliens non-*nikkeis*. Ainsi on peut lire dans la revue *Made in Japan :*

> *« Le processus de rénovation et de revitalisation de la communauté inclut la filiation de non orientaux. Le plus important n'est plus la descendance mais ceux qui ont le plus d'affinités avec les propositions de la communauté »* (Made In Japan, 2003, N° 69).

L'identité *nikkei* dépasse en effet le rapport au passé et aux ancêtres, à l'ascendance : elle traverse les frontières pour recréer un point commun, une « communauté *nikkei* imaginée » (Anderson, 2002) dont l'essence est artificiellement construite à partir d'un Brésil et d'un Japon idéalisés (Silva, 2008 : 64). Les médias ethniques mettent donc en scène une « communauté nippo-brésilienne » qui symbolise le lien commun de tous les *nikkeis* à une identité construite à partir d'un héritage culturel japonais et brésilien. Elle n'est cependant pas pour autant une simple juxtaposition de ces identités multiples, elle crée quelque chose de spécifique, quelque chose de plus qu'un assemblage de cultures japonaise et brésilienne. La communauté *nikkei* est par conséquent également « métisse », entendue selon le concept de Laplantine et Nouss :

> *« Le métissage, qui est une espèce de bilinguisme dans la même langue et non la fusion de deux langues, suppose la rencontre et l'échange entre deux termes (…). Non pas l'un ou l'autre (…), mais l'un et l'autre, l'un ne devenant pas l'autre, ni l'autre ne se résorbant dans l'un »* (Laplantine et Nouss, 1997 : 79).

Il est difficile de définir le « quelque chose de plus » en question, si ce n'est d'après ce que l'on a déjà observé dans les périodiques *nikkei* : la communauté nippo-brésilienne est porteuse d'une pluralité de références culturelles, dont on retrouve certaines valeurs exacerbées à travers des attributs stéréotypés des cultures japonaise et brésilienne. Cette valorisation de la « pluralité », de « l'harmonie dans les différences » est justement ce qui fait l'exception de l'identité et de la communauté *nikkei*. Cette spécificité permet idéalement aux nippo-brésiliens d'être mis en valeur (réussite, beauté, modernité) ; ils sont alors plus Japonais que les Japonais eux-mêmes, plus Brésiliens que les Brésiliens.

CONCLUSION

Cette recherche a montré ce que serait l'idéal d'identité *nikkei* diffusé par la presse, et les mécanismes possibles d'identification à certaines valeurs culturelles, mêlant l'héritage japonais du passé et l'expérience brésilienne présente des nippo-brésiliens. L'objectif a été ici d'observer de quelle manière cette jonction de références culturelles était mise en avant, en faisant ressortir l'enjeu médiatique permanent de valorisation de soi et de spécification de l'identité. La presse *nikkei* véhicule ainsi un

message d'estime de soi : le *nikkei* est beau, a du succès et réussit dans sa vie professionnelle et personnelle. De ce point de vue, la presse participe à l'identification positive, elle met les *nikkeis* sur le devant de la scène ; le modèle d'identité nippo-brésilienne construit par les médias destinés à la population d'origine japonaise au Brésil véhicule des valeurs « ethniques » (héritage japonais), « nationales » (caractéristiques de l'identité nationale brésilienne) et psychologiques (confiance en soi, fierté). L'invention d'une nouvelle forme culturelle valorisée et la construction d'une identité *nikkei* spécifique permettent ainsi la constitution et la consolidation d'une communauté nippo-brésilienne « imaginée ».

Ce qu'il reste de ce concept identitaire véhiculé par les médias ethniques *nikkeis,* est la certitude d'un mélange d'influences culturelles et de représentations sociales qui interagissent, provenant d'espace-temps différents (Japon/Brésil, passé/présent, mémoire collective/expérience vécue, générations anciennes/jeunes générations, ethnie/nationalité) avec lesquels les médias *nikkeis* jonglent sans cesse pour définir les membres de la communauté de la manière la plus valorisante possible, avec une tendance tout de même à mettre en avant une spécificité, celle d'être non seulement Brésilien et Japonais, mais nippo-brésilien.

En ce sens, l'identité *nikkei* est un exemple particulièrement intéressant d'identité « métisse », comme productrice de différenciation et non seulement de juxtaposition de cultures différentes, car elle mêle des influences culturelles que tout semblait opposer au premier abord. L'identité *nikkei* « métisse » s'interprète et se recrée sans cesse dans et par les médias, à travers la combinaison des deux influences culturelles, brésilienne et japonaise, sans s'enliser pour autant dans l'accentuation des différences et des frontières entre une identité brésilienne et japonaise, sans négation ou revendication radicale de l'une ou de l'autre. Le métissage des corps fait écho au métissage des cultures. Il est également interprété par les *nikkeis* comme étant un des facteurs différenciateurs de leur identité : il est l'outil par lequel la double référence culturelle se perçoit, et grâce auquel la spécificité des *nikkeis* se fait par rapport aux Brésiliens et par rapport aux Japonais. Les médias de la communauté jouent sans cesse entre la valorisation de traits hérités de la culture japonaise et de la culture brésilienne pour montrer la particularité des *nikkeis*. La représentation du métissage des Japonais avec les Brésiliens – c'est-à-dire l'union de corps, de sexes et de genres différents –, apparaît aussi comme une stratégie des médias ethniques pour déconstruire un rapport de pouvoir véhiculé par les médias *mainstream* et fondé sur la différenciation des corps et des « races » ethniques, sur l'affirmation d'une identité nationale.

Références Bibliographiques

ANDERSON Benedict (2002 [1983]) *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 212 p.

CARDOSO Ruth Corrêa Leite (1998) *Estrutura familiar e mobilidade social : estudo dos japoneses no Estado de São Paulo*, São Paulo, Kaleidos-Primus, édition trilingue en portugais, anglais, japonais, 609 p.

FREYRE Gilberto (2004 [1933]) *Casa grande e senzala : formação da familia brasileira sob o regime de economia patriarcal*, Sao Paulo, Global, 719 p.

GRUZINSKI Serge (1999) *La pensée métisse*, Paris, Fayard, 345 p.

DORLIN Elsa (2006) *La matrice de la race : généalogie sexuelle et coloniale de la nation française,* Paris, La Découverte, 312 p.

LAPLANTINE François, NOUSS Alexis (1997) *Le Métissage*, Évreux, Flammarion/Dominos, 127 p.

LESSER Jeffrey (2001 [1999]) *A Negociação da identidade nacional : imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil*, São Paulo, Unesp, 344 p.

PERROUD Mélanie (2007) Migration retour ou migration détour ? Diversité des parcours migratoires des Brésiliens d'ascendance japonaise, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 23 (1), pp. 49–70.

SAKURAI Célia (2006) "*É uma geração diferente da dos pais". Arranjos familiares de japoneses de quatro gerações*, Rapport de recherche, São Paulo, 46 p.

SASAKI Elisa Massae (1999) Movimento dekassegui : a experiência migratória e identitária dos brasileiros descendentes de japoneses no Japão, in Rossana Rocha Reis, Teresa Sales (Org.), *Cenas do Brasil migrante,* São Paulo, Boitempo Editorial, 1999, pp. 243-274.

SILVA Victor Hugo Martins Kebbe da (2008) *Um jornal entre Brasil e Japão : a construção de uma identidade para japoneses no Brasil e brasileiros no Japão,* Mémoire de Master, UFScar, São Carlos, 174 p.

Sociedade Brasileira da Cultura Japonesa (1992) *Uma epopéia moderna, 80 anos da imigraçao japonesa no Brasil,* Comissão de elaboração da Historia dos 80 anos da imigração japonesa no Brasil, São Paulo, HUCITEC, 604 p.

Sociedade Brasileira da Cultura Japonesa (1996) *O futuro da comunidade nikkey : palestras, painéis e debates do Simposio Comemorativo dos 85 anos de Imigração Japonesa no Brasil,* Organização Masato Ninomiya, São Paulo, Kaleidos-Primus/Editora Mania de Livro, 279 p.

TELLES Edward (2003) *Racismo à brasileira, Uma nova perspectiva sociologica*, Rio de Janeiro, Relume Dumará, 348 p.

WIEVIORKA Michel (2005) *La différence. Identités culturelles : enjeux, débats et politiques,* La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube, 208 p.

Références médiatiques :

Diario Nippak

Jornal Nippo-Brasil, International Press Brasil Ltda.

Gakusei, Liga Estudantina Nipo-Brasileira

Made in Japan, Editions Japan Brazil Communication.

Nikkey Ja, Fundação Japão.

Transição, Liga Estudantina Nipo-Brasileira