

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

SELENA TEODORO BORTOLETTO

**RELACIONAMENTO E COMUNICAÇÃO DOS CONSULADOS BRASILEIROS: UM
ESTUDO DO CASO DA COMUNIDADE BRASILEIRA NO JAPÃO**

Curitiba - PR

SELENA TEODORO BORTOLETTO

RELACIONAMENTO E COMUNICAÇÃO DOS CONSULADOS BRASILEIROS: UM ESTUDO DO CASO DA COMUNIDADE BRASILEIRA NO JAPÃO

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – habilitação Relações Públicas, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Michele Goulart Massuchin

Curitiba - PR
2019

FOLHA DE APROVAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

NOME DO ALUNO(A): SELENA TEODORO BORTOLETTO
TÍTULO: RELACIONAMENTO DE EMIGRANTES BRASILEIROS
COM OS CONSULADOS BRASILEIROS: ESTUDO DO CASO DA
COMUNIDADE BRASILEIRA NO JAPÃO.

LOCAL E DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:

Sede do Departamento de Comunicação Social da UFPR,
realizada na sala 7, no dia 02/12/19, às 08h30.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
MICHELE GOULART MASSUCHIN (orientadora)	9,5
CLAUDIA IRENE DE QUADROS	9,5
PATRÍCIA G. MELO (convidada)	9,5
MÉDIA FINAL:	9,5

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA
MICHELE GOULART MASSUCHIN	
CLAUDIA IRENE DE QUADROS	
PATRÍCIA G. MELO	

Curitiba, 02 de dezembro de 2019.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos Pais Celestiais, Verdadeiros Pais, aos meus pais e familiares pelo amor, vida e pela linhagem. A todos os professores pela enorme contribuição para a minha formação, reflexão e desenvolvimento. Em especial, a minha orientadora Michele Goulart Massuchin com quem pude contar verdadeiramente durante o processo de desenvolvimento desse trabalho. Desejo ainda expressar minha enorme gratidão aos membros da comunidade de brasileiros do Japão, não apenas por fornecerem informações essenciais para a minha pesquisa, mas por toda a solidariedade e cooperação que demonstraram desde a primeira aproximação.

出る杭は打たれる.

O prego que se destaca é martelado para baixo.

RESUMO

Este trabalho se ocupa do relacionamento e imagem dos consulados brasileiros junto às comunidades de brasileiros que residem no exterior. Trata-se de um estudo de caso, que se limita a relação consulado-comunidade brasileira no contexto do Japão. Como objetivo principal desse estudo temos o diagnóstico da imagem e relacionamento dos consulados brasileiros no Japão a partir da percepção da recepção. Intende-se também: a) mapear as circunstâncias em que o público-alvo das ações consulares os procura, b) compreender as dinâmicas comunicacionais mais utilizadas e levantar possíveis causas para que tal relacionamento se apresente da maneira diagnosticada, c) identificar as principais dificuldades enfrentadas pela comunidade de brasileiros no Japão que poderiam ser solucionadas ou minimizadas com um melhor relacionamento e comunicação com estes órgãos. O método de abordagem adotado considera as seguintes técnicas de pesquisa: revisão bibliográfica, a netnografia, análise das ações comunicacionais, entrevistas em profundidade e um questionário estruturado aplicado on-line para brasileiros que vivem no Japão. Apesar de não se restringir a perspectiva da recepção, esta ocupa uma posição central nesse estudo. Dentre os principais resultados obtidos, menciona-se 1) a percepção sobre o consulado está muito associada às funções cartoriais e desvinculada da sua principal função que é a proteção dos direitos dos cidadãos brasileiros no exterior; 2) é baixa a adesão às iniciativas com mais vocação para o relacionamento como o conselho de cidadãos e os eventos promovidos ou organizados pelos consulados brasileiros no Japão; 3) a imagem consular está desgastada especialmente pela demora no atendimento e falta de polidez de funcionários; 4) apesar dos muitos esforços comunicacionais encontrados no mapeamento, há necessidade de ajustes e reformulações.

Palavras-chave: Comunicação pública. Relacionamento com o cidadão. Percepção do público. Consulados. Brasileiros no Japão.

ABSTRACT

This work concerns about the relationship and image of the Brazilian consulates before the communities of Brazilians residing abroad. It is a case study, limited to the Brazilian consulate-community relationship in the context of Japan. The main objective of this study is the diagnosis of the image and relationship of the Brazilian consulates in Japan from the reception perception. It is also intended to map the circumstances in which the consular target audience seeks them, to understand the most used communication dynamics and to point out possible causes for that relationship to be as it is diagnosed, to identify the main difficulties faced by the Brazilian community in Japan that could be solved or minimized with a better relationship and communication with these institutions. The method of approach adopted is the hypothetical deductive, and the research techniques are bibliographic review, netnography, analysis of the communication actions, in-depth interviews and a structured questionnaire applied on-line for Brazilians living in Japan. Although not restricted to the perspective of the reception, that is the central perspective of this study. Among the main results obtained, notably 1) the perception about the consulate is most associated with the notary functions and detached from its main function, which is the protection of the rights of Brazilian citizens abroad; 2) there is low adherence to proper relationship initiatives, such as the council of citizens and events promoted or organized by Brazilian consulates in Japan; 3) consular image eroded especially by the time consuming customer service and impoliteness of employees; 4) Despite the many communicational efforts found in mapping, there is a need for adjustments and reformulations.

Keywords: Public communication. Relationship with citizens. Target audience's perception. Consulates. Brazilians in Japan.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 EMIGRAÇÃO NIPO-BRASILEIRA PARA O JAPÃO	5
2.1 JAPONESES NO BRASIL	5
2.2 BRASILEIROS NO JAPÃO	6
2.3 IDENTIDADE NIPO-BRASILEIRA.....	10
2.4 VIVÊNCIA <i>DEKASSEGUI</i>	12
2.4.1 Trabalho	12
2.4.2 Educação dos nipo-brasileiros no Japão	15
3 CONSULADOS: HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS	18
3.1 CONTEXTO HISTÓRICO – MUDANÇA DA PERCEPÇÃO	19
3.2 CONSULADOS BRASILEIROS NO JAPÃO	22
4 COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E IMAGEM PÚBLICA	25
4.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA	25
4.1.1 Comunicação pública enquanto comunicação organizacional.....	28
4.1.2 Comunicação pública enquanto comunicação governamental	30
4.2 RELACIONAMENTO E IMAGEM PÚBLICA.....	33
4.3 COMPREENDENDO A PERCEPÇÃO DA AUDIENCIA NOS ESTUDOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS	36
5 METODOLOGIA	39
5.1 MAPEAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	40
5.2 ENTREVISTA E QUESTIONÁRIO	40
5.3 OBSERVAÇÃO NETNOGRÁFICA.....	41
5.4 RECORTE DA PESQUISA, OBJETIVOS E HIPÓTESES.....	42
6 MAPEAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DOS CONSULADOS BRASILEIROS NO JAPÃO	44
6.1 ATENDIMENTO PRESENCIAL.....	47
6.2 CONTATO POR E-MAIL	47
6.3 CONTATO POR TELEFONE	50

6.4 CONTATO POR MEIO DE MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS	51
6.4.1 Youtube	55
6.5 EVENTOS	56
6.6 ANÁLISE DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	58
7 ENTREVISTAS E QUESTIONÁRIO: A PERCEPÇÃO DO PÚBLICO	59
7.1 PERFIL DOS RESPONDENTES E COTIDIANO DOS BRASILEIROS NO JAPÃO	59
7.2 USO DE SERVIÇOS CONSULARES	63
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	75
ANEXO 1 - ORGANOGAMA MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES .	83
ANEXO 2 - PRINCIPAIS MUDANÇAS NO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES POR GESTÃO	84
ANEXO 3 - EXEMPLOS DO QUE COMPETE /NÃO COMPETE AUXÍLIO DO CONSULADO À BRASILEIRO NO EXTERIOR.....	87
ANEXO 4 - QUESTÕES NORTEADORAS DAS ENTREVISTAS	89
ANEXO 5 - QUESTIONÁRIO APLICADO À COMUNIDADE DE BRASILEIROS NO JAPÃO	90

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é lançar um olhar das Relações Públicas sobre o relacionamento e a imagem dos consulados brasileiros junto ao público a quem seus serviços são direcionados - as comunidades de cidadãos brasileiros no exterior - tendo como foco de análise o caso do Japão. Pretendemos responder a seguinte questão: “Qual é a percepção dos brasileiros que moram no Japão sobre os Consulados-Gerais do Brasil naquele país e qual a contribuição da comunicação consular para tal?”. Ressaltamos que não é pretendido, por meio do estudo dessa comunidade em particular, compreender como se dá tal relação em outros contextos. Acreditamos ainda, que ela apresenta especificidades – as quais serão apresentadas no trabalho – que tornam o relacionamento com os consulados ainda mais relevante.

Sem entrar no mérito da especificidade ou generalidade dos resultados aqui apresentados, a seleção do caso da comunidade de brasileiros residentes no Japão passa por uma série de particularidades deste grupo. Os brasileiros residentes no país, encontram-se em uma situação de vulnerabilidade resultante de várias dificuldades que perpassam os mais diversos campos sociais. A exemplo disso, podemos citar a instabilidade de vínculo empregatício, uma vez que a grande maioria não é empregado das fábricas onde trabalham, mas sim de empreiteiras que prestam serviços à indústria; as dificuldades socioculturais e de relacionamento com os cidadãos japoneses; problemas referentes à educação dos filhos; complicações de ordem econômica, emocional e familiar (SASAKI, 2009).

O Manual de Serviço Consular e Jurídico em vigor lista as funções consulares que vão desde emissão de documentos – em que os serviços consulares se assemelham aos prestados em um tabelionato de notas – passando por questões referentes ao alistamento militar, a garantia do voto em eleições presidenciais, emissão de vistos para estrangeiros, entre outros. Mas apresenta também a prestação de assistência a brasileiros no exterior e a proteção de seus interesses e direitos, no que delimita o direito internacional, como suas principais atribuições (BRASIL, 1967). Portanto, ao considerar a hostilidade do cenário enfrentado pela comunidade de brasileiros no Japão, a boa relação com os consulados brasileiros certamente se torna ainda mais importante para a proteção dos direitos desses cidadãos. Para além do que compete legalmente aos consulados, há também o seu posicionamento, prioridades ou premissas, dentre os quais estão: o fluxo de pessoas não deve receber menos

atenção do que os fluxos financeiros no contexto internacional, portanto, se fazem necessários dispositivos para solução de conflitos e injustiças, bem como para a proteção de direitos; a noção de que a soberania dos Estados não está acima dos direitos humanos; a preservação do direito de ir e vir, contra regulações migratórias estabelecidas por critérios arbitrários; a ampla divulgação de informações sobre critérios para entrada em outros países e combate à migração irregular; a reprovação da frequente relação feita entre migração e criminalidade em detrimento dos aspectos positivos da migração, que motiva tratamentos injustificáveis em sua grande maioria, entre outras (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. Subsecretaria-Geral das Comunidades Brasileiras no Exterior, 2012, P. 97). Tendo em mente essas políticas, fica ainda mais evidente o papel dos consulados como rede de apoio e acolhimento de seus nacionais no exterior.

Diante dessas informações sobre as funções consulares, vemos que estes têm a função de prestar apoio em diferentes sentidos aos seus nacionais no exterior. Entretanto, sob a perspectiva da comunicação, apesar de parte importante, simplesmente informar sobre suas funcionalidades não garante que as pessoas confiarão nessas organizações e as verão como tal, uma vez que mais influentes nas ações das pessoas do que determinado conhecimento ou informação, são as imagens que estas têm em suas cabeças (LIPPMANN 1921).

Além da importância da imagem, a eficiência consular também recebe interferência da forma como estes órgãos se relacionam com os seus públicos, ponto que ficará evidente ao longo do trabalho e que justifica examinarmos a problemática consular sob a perspectiva das relações públicas, pois como afirmam Porém e Guaraldo (2015, p. 191), “as relações públicas são as responsáveis por manter o relacionamento entre a organização e seus públicos, criando e desenvolvendo lastros de confiança, credibilidade entre ambos”.

Optamos por centralizar a nossa pesquisa na percepção do público, pois busca-se entender a imagem e o relacionamento dos consulados com a comunidade de brasileiros no Japão, bem como o seu processo comunicacional como um todo. Isso faz sentido se levarmos em conta o que coloca Baccega (1998), de que tratar de recepção é também tratar da emissão, pois só ocorre a comunicação no encontro entre os dois polos: emissão – que em nosso contexto é a posição dos consulados, pois estes devem divulgar os seus serviços e informações de interesse público – e a recepção, que aqui seria a comunidade de brasileiros no Japão.

Devido ao fato de a função dos consulados se relacionar diretamente à questão da preservação dos direitos humanos, a escolha do Japão como recorte de estudo, também se justifica pela postura que a região da Ásia tem em relação ao tópico. Godinho (2006) coloca que países ocidentais denunciam o continente asiático como o que mais viola direitos humanos mas, por outro lado, representantes asiáticos justificam que essa percepção se daria por divergências de pensamento entre Ocidente e Oriente, em especial ao fato das culturas orientais exaltarem a sociedade em prejuízo do indivíduo, o que tornaria aceitável um escopo maior de medidas contra indivíduos que possam trazer danos à sociedade.

Outro ponto que justifica a escolha da comunidade de brasileiros no Japão como recorte específico deste trabalho são os números dessa comunidade. Trata-se da terceira maior atrás apenas dos EUA (1.315.000) e do Paraguai (349.842), com um total de 179.649¹ cidadãos brasileiros, segundo dados do Itamaraty de 2013. Vale salientar, ainda, que no ano de 2016, houve um aumento de 145% no pedido de vistos de brasileiros descendentes de japoneses e seus cônjuges em relação ao ano anterior, de acordo com dados do Ministério das Relações Exteriores do Japão, o que indica alguma possibilidade de crescimento dessa comunidade nos próximos anos.

Em termos metodológicos, além da revisão bibliográfica – que deve compor os primeiros três capítulos – esse estudo vale-se da pesquisa qualitativa, a partir da observação netnográfica e entrevistas em profundidade, e a aplicação de um *Survey*, de viés quantitativo, como bases para o levantamento de dados sobre o relacionamento e a imagem dos consulados brasileiros no Japão junto à comunidade de seus nacionais e sobre o conhecimento das atribuições consulares por parte do público, as quais estas se destinam. Além dessa parte relacionada às percepções do público, contém uma breve análise das estratégias e possibilidades oferecidas pelos sites e redes sociais dos consulados para a comunidade, a partir da observação de ações realizadas.

Neste sentido, o objetivo geral deste estudo é fazer um diagnóstico da percepção do público sobre a imagem e da relação dos Consulados brasileiros no Japão junto à comunidade para qual esses órgãos prestam serviços e assistência. Isso

¹ As estatísticas das comunidades de brasileiros no exterior são aproximativas, exceto no caso dos dados referentes ao Japão, que devido a rigidez de seu sistema de imigração, reflete dados exatos (I CONFERÊNCIA SOBRE AS COMUNIDADES BRASILEIRAS NO EXTERIOR - BRASILEIROS NO MUNDO, 2008). Já segundo Lopes (2009) os brasileiros em situação regular representariam 95%.

é feito a partir da perspectiva dos usuários e da observação da comunicação por meio das possibilidades existentes. Como objetivos específicos estão: a) fazer o mapeamento das principais situações em que o público-alvo dos consulados brasileiros no Japão os procura; b) compreender as dinâmicas comunicacionais mais utilizadas e levantar possíveis causas para que tal relacionamento se apresente da maneira diagnosticada, com base central nos dados fornecidos pelo público e pela bibliografia pertinente, e de forma secundária, pela análise dos dispositivos de comunicação utilizados pelos consulados; c) identificar as principais dificuldades enfrentadas pela comunidade de brasileiros no Japão, no que tange ao relacionamento dos consulados com essa comunidade; d) compreender a percepção que o público possui da imagem dos consulados.

Este trabalho está construído da seguinte forma: O primeiro é a introdução. Já o segundo e terceiro capítulos são, respectivamente, uma breve contextualização histórica, sociocultural e legislativas da vida *dekasseguis*, e uma básica conceituação de questões próprios do tema consular. Em seguida, no quarto capítulo, há o tensionamento de conceitos próprios da Comunicação e das Relações Públicas com os quais se faz possível pensar: a) questões do relacionamento dos consulados com os usuários de seus serviços; b) a relação do acesso à informação com o exercício da cidadania e direitos no universo em análise; c) a eficácia ou ineficácia dos consulados em efetivamente comunicar informações de interesse público, com base na percepção da recepção. O quinto capítulo ocupa-se da metodologia utilizada para a presente investigação. No sexto capítulo, se encontra um breve levantamento das ações de comunicação dos Consulado-Gerais do Brasil no Japão – website, atendimento telefônico, por e-mail, redes sociais e presencial, e os eventos- Além de testes dos canais de comunicação disponíveis. Em seguida, no sétimo capítulo, são discutidos os dados obtidos junto à comunidade de brasileiros no Japão, através de um questionário de aplicação on-line que foi divulgado em grupos no *Facebook* de brasileiros no Japão. Adicionalmente trazemos trechos de entrevistas em profundidade feitas com *dekasseguis* e discussões da comunidade de brasileiros no Japão em grupos do *Facebook*. Por fim, no oitavo capítulo, são apontadas as reflexões finais deste estudo, que resultam da análise dos dados à luz dos referenciais teóricos aqui adotados, com o propósito de atingir os objetivos gerais e específicos anteriormente listados.

2 EMIGRAÇÃO NIPO-BRASILEIRA PARA O JAPÃO

Antes nos aprofundarmos no real tema deste trabalho, se faz necessário o mínimo exame do pano de fundo em que a comunidade de brasileiros no Japão está inserida, não apenas no tempo-espaço corrente, mas com relação a uma série de acontecimentos que os levaram até a presente situação. Este capítulo faz o esforço de contextualizar questões colaterais relevantes que, por não figurarem o centro de nosso tema, serão abordadas de modo mais sucinto quanto possível tendo em vista nossos objetivos.

Um desses temas que orbita a questão da comunidade de brasileiros no Japão é a o fluxo migratório que ocorreu no sentido inverso. Segundo Lopes (2009), a imigração nipônica para o Brasil, do início do século XX, estabeleceu laços entre os dois países que explicam, apesar da distância cultural e geográfica, o fato do Japão ser o terceiro destino mais recorrente para brasileiros trabalharem no exterior.

2.1 JAPONESES NO BRASIL

Por muito tempo, o Brasil foi um país de imigração. Aqui chegavam povos de diversas partes do mundo, inclusive do Japão. O contexto da imigração japonesa, relaciona-se com o fato de em 1902, a Itália, país de onde vinha o maior número de imigrantes brancos, proibir o envio de seus cidadãos ao Brasil. A partir de então, os “amarelos” tornaram-se uma alternativa para o problema da falta de mão de obra, ainda que não bem vista dentro do projeto de “desenvolvimento” nacional por meio do branqueamento da população (SASAKI, 2006).

O ano de 1908 marca o início da imigração japonesa no Brasil, ocasionada não apenas pela demanda brasileira por mão de obra, mas também para propiciar a expansão da produção agrícola. De modo concomitante, havia a necessidade japonesa de redução populacional e o país enfrentava dificuldades decorrentes de mudanças políticas, econômicas e sociais (SASAKI, 2006). De 1925 a 1934, a imigração japonesa no Brasil atingiu o seu ápice, com mais de 120 mil imigrantes (SAKURAI, 2000). Inicialmente, grande parte da comunidade japonesa nutria a esperança de retornar a sua terra natal. Entretanto, acabaram por fixarem-se definitivamente no Brasil com ampla assistência do governo japonês, a quem muito interessava que seus nacionais aqui permanecessem. Nesse sentido, a autora explica:

Havia interesse explícito do Japão de explorar terras. Antes mesmo de quererem trazer imigrantes, os japoneses tinham interesse nas terras que o Brasil possuía em quantidade. Depois é que vêm os imigrantes. “Dêem-nos senhores terras, e nós lhe daremos colonos” é o pensamento chave para compreender a equação que trouxe imigrantes japoneses para o Brasil. Se tomarmos esta diretriz como sendo a que aciona a vinda de japoneses, toda a maneira como a sua fixação ocorre no Brasil muda de feição. É por esta razão que a imigração tutelada dá sentido e explica o modo como, apesar de tantas polêmicas, os japoneses ganham o espaço público revestidos de uma imagem que vai se tornando positiva com o tempo (SASAKI, 2006, p. 85).

Outro ponto importante para entendermos a fixação da comunidade japonesa no Brasil – 90% do total que imigrou segundo Souza Moraes (1942, citado por Sakurai 2000) – é a questão da Segunda Guerra Mundial. Sakurai (2000) salienta que a importância da guerra não está na sua relação objetiva com a permanência japonesa aqui, mas sim enquanto justificativa para o não retorno sem o peso da desonra do fracasso em acumular fortuna, objetivo inicial que se mostrou mais difícil do que esperado. Uma vez aceita a permanência japonesa no Brasil, especialmente por esses japoneses, suas vidas se organizaram para essa fixação e, dentro de pouco tempo, surgiu o que se denominou como nipo-brasileiros, que representam quase 1% da população brasileira fazendo dessa comunidade a maior colônia japonesa fora do Japão (SASAKI, 1998). Este contexto, por fim, faz com que haja interesse de brasileiros pelo Japão, levando uma quantidade deles a migrarem para o referido país. Este assunto é tratado no tópico a seguir.

2.2 BRASILEIROS NO JAPÃO

Em decorrência da crise econômica do fim dos anos 80, o Brasil deixou de ser destino de imigração e passou a ver seus nacionais emigrando de forma massiva (BELTRÃO; SUGAHARA, 2006). Em contraste à situação brasileira, a economia japonesa estava aquecida e demandava por mais mão de obra do que havia disponível, especialmente nas pequenas e médias empresas, tornando a maior abertura para trabalhadores estrangeiros uma necessidade à saúde econômica do país:

Como nessas pequenas empresas não havia perspectiva de carreira ou ascensão profissional, os japoneses, sobretudo os mais jovens, escolarizados, que ingressavam no mercado de trabalho, recusavam-se a trabalhar nelas, por não as considerarem oportunidades viáveis de ascensão ou mobilidade social, preferindo as empresas maiores, mais competitivas, porém com maior possibilidade de ascensão profissional. Isso sem contar com o fato de o Japão estar sofrendo com a questão demográfica, tendo uma população idosa cada vez mais numerosa, associada à baixa natalidade. Assim, muitas dessas pequenas empresas faliram por falta de mão-de-obra e porque a maioria dos empregados tinha uma idade média alta, na faixa dos quarenta a cinquenta anos. Não conseguindo atrair os empregados japoneses, as pequenas empresas começaram a contar com os trabalhadores estrangeiros que aceitassem trabalhar (SASAKI, 2006, p. 105).

Uma vez claro que seria imprescindível a admissão de estrangeiros para a manutenção do ritmo de seu *boom* econômico, as autoridades japonesas encontraram na política de vistos por consanguinidade, uma forma de obter trabalhadores sem prejudicar a mítica homogeneidade étnica do país. Por isso, a Lei de Controle da Imigração do Japão, promulgada em junho de 1990², concedeu vistos aos *nikkeijins*³ sem restrições para atividade laboral, e estabeleceu duras penalidades aos empregadores que contratassem ilegais. Assim, pouco a pouco, os nipo descendentes, predominantemente vindos do Brasil e Peru, foram incorporados ao mercado de trabalho (WEINER, 2009).

Segundo Sasaki (2006, p.106), “a presença brasileira começou então a se institucionalizar e se consolidar no Japão, principalmente a partir dos meados dos anos 1990”. Sobre o perfil e o motivo para esses trabalhadores serem atraídos para o Japão, Weiner (2009, p. 2008, tradução nossa) explica que “embora sejam relativamente bem-educados e principalmente de classe média no Brasil, eles ainda ganham de cinco a dez vezes seus salários brasileiros como operários não qualificados no Japão”. Como já citado anteriormente, o tipo de oportunidade de trabalho disponível a esses *nikkeis*, eram aquelas rejeitadas pelos japoneses, não apenas pelas razões já citadas que se relacionam as possibilidades de ascensão

² 1990 consta como o ano da promulgação da Lei de Imigração em diferentes literaturas, mas o ano de 1989 também aparece como ano de mudança legislativa algumas vezes. Segundo Weiner (Org. 2009) em 1989 houve a revisão da Lei de Controle e Reconhecimento de Refugiados.

³ *Nikkei* ou *Nikkeijins*: Emigrantes japoneses e seus descendentes que fundaram novas comunidades em todo o mundo. O termo *Nikkei* tem significados múltiplos e bem variados, dependendo de cada situação, da área geográfica, e do ambiente. A palavra *Nikkei* também inclui pessoas de descendência racial mista que se identificam como *Nikkei*. Os japoneses nativos também usam o termo *Nikkei* para se referirem aos emigrantes e seus descendentes que retornaram ao Japão. Muitos destes *Nikkeis* vivem em comunidades unidas e mantêm identidades culturais distintas daquela dos japoneses natos DISCOVER NIKKEI, disponível em <<http://www.discovernikkei.org/pt/about/what-is-nikkei>>. Acesso em 21 de abril de 2019.

social, mas também pela própria natureza do trabalho. Uma evidência disso, é a própria forma pela qual tais trabalhos são chamados pelos japoneses, de acordo com Beltrão e Sugahara (2006, p. 62) de “‘3K’: kitanai (sujo), kiken (perigoso) e kitsui (penoso).”

A seguir, tem-se os dados do Ministério da Justiça do Japão que evidenciam o crescimento do fluxo de brasileiros⁴ no Japão após a promulgação da Lei que favorecia os nipo-brasileiros a trabalharem no Japão.

QUADRO 1 – FLUXO DE IMIGRAÇÃO DE BRASILEIROS PARA O JAPÃO

Ano	N.º de Brasileiros	Tabela 01: Taxa de Crescimento (%)
1985	1.955	
1986	2.135	9.20 %
1987	2.250	5.38 %
1988	4.159	84,80%
1989	14.528	249.31 %
1990	56.429	288.41 %
1991	119.333	111.47 %
1992	147.803	23.85 %
1993	154.650	4.63 %
1994	159.619	3.21 %
1995	176.440	10.53 %
1996	201.795	14.37 %
1997	233.254	15.58 %
1998	222.217	- 4.73 %
1999	224.299	0.93 %
2000	254.394	13.41 %
2001	265.962	4.54 %
2002	268.332	0.89 %
2003	274.700	2.37 %
2004	286.577	4.32 %
2005	302.080	5.41%
2006	312.979	3,60%
2007	316.967	1,27%
2008	312.582	-1,04%
2009	267.456	-14,4%

FONTE: Departamento de Controle de Imigração do Japão, citado no site da ABD (2019).

⁴ De acordo com o Departamento de Controle de Imigração do Ministério do Japão, ao número total de brasileiros, devem ser somadas 26.000 pessoas com dupla nacionalidade. Disponível em <<http://www.abdnet.org.br/conteudo.php?id=70>>

Esses dados nos possibilitam, ainda, perceber a variação que o “fenômeno *dekassegui*”⁵ vem sofrendo ao longo dos anos, influenciado principalmente pelas mudanças da situação econômica mundial e dos países de origem e destino. A exemplo disso, tem-se a taxa de crescimento negativa de brasileiros no Japão no ano de 1998, em decorrência da recessão econômica japonesa (SASAKI, 2009). Devido as especificidades de diferentes momentos desse fluxo migratório, alguns autores dividem a imigração *nikkejin* para o Japão⁶ por períodos ou características. Para Yamanaka (1996, p. 82, tradução nossa), “dois padrões de migração moldaram redes sociais extensas entre os migrantes nikkeijinos no Japão entre 1985 e 1994”. O primeiro deles seria o que Yamada chama de “migração de retorno”, caracterizado pela ocupação das vagas que os japoneses rejeitavam pelos *Nikkeis* das primeiras gerações. Sobre esse período:

Shinozuka found in her study of 200 Japanese-Brazilian women who worked as convalescent attendants (*kaseifu*) that a large majority of these women were Japan-born (80%), were older than 50 years (70%), and had emigrated to Brazil after World War II (75%). Their ability to speak Japanese and their familiarity with Japanese culture were highly appreciated in service occupations entailing care of bed-ridden elderly people (SHINOZUKA, 1991, citada por YAMANAKA, Keiko, 1996, p. 82).

Ainda segundo Yamanaka (1996), o segundo padrão ocorre nos anos que seguem e é recorrentemente chamado de “migração em cadeia” – do Brasil para o Japão e vice versa - , que seria compostos pelas gerações subsequentes, filhos ou netos dos que foram anteriormente, e normalmente são empregados terceirizados de empreiteiras com contratos de curto prazo para trabalharem em linhas de produção industrial. Com base em outros critérios, Sasaki (1998) divide o fenômeno ou movimento *dekassegui* em três momentos: 1) meados da década de 80 é o momento pioneiro; 2) fim dos anos 80 e início dos anos 90 é o estágio de massificação, sendo que a reforma na lei de imigração japonesa marca esse período; 3) o terceiro seria em

⁵ O termo *dekassegui* em japonês é formado por dois ideogramas (kanji), *deru* (出る – sair) e *kassegu* (稼ぐ – trabalhar para ganhar dinheiro), sendo aplicado a qualquer pessoa que deixa sua terra natal para trabalhar, temporariamente, em outra região. Originalmente, este termo era aplicado aos trabalhadores sazonais, principalmente do norte do Japão, que no inverno procuravam trabalho mais ao sul. Hoje, no Japão, este termo é aplicado aos trabalhadores estrangeiros temporários que estão naquele país com o intuito de ganhar dinheiro (exclui os expatriados – trabalhadores de firmas estrangeiras). No Brasil, a apropriação do termo ganhou contornos mais específicos, referindo-se aos brasileiros de origem nipônica e suas famílias que emigram para o Japão em busca de trabalho – o chamado “fenômeno *dekassegui*” (BELTRÃO; SUGAHARA; 2006, p. 61).

⁶ Dados e estudos referentes a migração *Nikkejin* para o Japão, nesse caso, não se restringem aos nipo-brasileiros.

meados da década de 90, e se caracteriza pela consolidação das redes migratórias da comunidade brasileira no Japão.

Em relação a permanência dessa comunidade, segundo pesquisa realizada em 2004, por Beltrão e Sugahara (2006, p 73), “o período de permanência atual da maioria é de até cinco anos: 60,5% dos homens e 48,5% das mulheres”. Essa mesma pesquisa, aponta que 55,5% dos homens e 53,5% das mulheres respondentes não sabem quando pretendem voltar. Segundo Beltrão e Sugahara (2006), isso indicaria a temporalidade dessa migração. Em contraste à alta expectativa de retorno ao Brasil, dados da comunidade levam autoridades e estudiosos a concluir que essa imigração inicialmente temporária veio a se consolidar: “Podemos dizer, então, que a expectativa temporária inicial foi se perdendo de vista ao longo do tempo” (I CONFERÊNCIA SOBRE AS COMUNIDADES BRASILEIRAS NO EXTERIOR - BRASILEIROS NO MUNDO, 2008, p.428).

A despeito desse processo não ter sido tão assistido pelo governo brasileiro, quando comparado com o caso da imigração japonesa no Brasil⁷, atualmente diversas ações consulares são voltadas à comunidade *dekassegui* e estas levam em conta as especificidades desse grupo, inclusive o seu aspecto de “permanentemente temporário”⁸. Tais ações consulares, serão abordadas detalhadamente no capítulo seguinte.

2.3 IDENTIDADE NIPO-BRASILEIRA

É importante entendermos minimamente a questão identitária que permeia os nipo-brasileiros, uma vez que a comunidade de brasileiros no Japão é constituída exclusivamente por indivíduos desse grupo e seus cônjuges⁹.

A expressão nipo-brasileiro carrega em si, como define Pinto (1997, p. 48), “a noção de pertencimento dos japoneses imigrantes e seus descendentes a uma

⁷ Ver SAKURAI, Celia. Imigração tutelada: os japoneses no Brasil. 2000. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP.

⁸ Título do trabalho sobre os *dekasseguis* Beltrão e Sugahara de 2006.

⁹ Listadas no site do Consulado Japonês em Curitiba (2019), existem as seguintes modalidades de visto para o Japão: 1) Transito; 2) Curta Permanência; 3) Cônjuge de Japonês; 4) Cônjuge de Japonês com Certificado; 5) Filho de Japonês (Nissei); 6) Filho de Japonês (Nissei) com Certificado; 7) Neto de Japonês (Sansei); 8) Cônjuge de Filho/Neto de Japonês; 9) Visto do Sistema de Aceitação para Yonsei com Certificado. Segundo o site da Associação Brasileira de Dekasseguis (ABD) (2019), a partir da reforma de 1990, os nisseis, sanseis e familiares passaram a obter visto especial de permanência de 03 anos para o nissei e 01 ano para sansei, esses vistos são renováveis, permitem múltiplas reentradas e possibilitam a realização de qualquer atividade laboral.

comunidade étnica, culturalmente definida, e a uma entidade politicamente definida, no caso o Estado brasileiro”. Ser membro desse grupo se dá em contraponto ao o que não é sê-lo, pois a diferença e a identidade seriam valores negativos, como sugere Silva (2000 p. 75), pois “dizer que ‘ela é chinesa’ significa dizer que ‘ela não é argentina’, ‘ela não é japonesa’ etc., incluindo a afirmação de que ‘ela não é brasileira’, isto é, que ela não é o que eu sou”. Para o povo japonês, o “ser japonês” implica em possuir o “espírito japonês”, espírito esse que os difere de todos os outros povos, nós e os outros, e contém o agir e pensar próprio do japonês. Dessa maneira, a emigração territorial, seria uma mudança menos significativa já que o “espírito japonês” os acompanha e os mantém conectados à pátria (SAKURAI, 2000). Havia, entretanto uma preocupação com a preservação desse espírito, nas gerações futuras, nascidas no Brasil:

Na visão dos imigrantes japoneses daquela época o conceito não era diferente; o caboclo para eles era um sujeito rústico, miserável e incivilizado, daí a preocupação em manterem o ensino da língua e da cultura japonesa no Brasil; eles acreditavam que uma educação nipônica protegeria seus filhos da influência negativa de sujeitos “desqualificados” como os caboclos (OKAMOTO, 2018, p. 238).

Com isso em mente, a comunidade *Nikkei* direcionou grande esforço na educação dos nipo-brasileiros, em casa e com as escolas japonesas que exaltavam a cultura, idioma e a moral japoneses¹⁰. Devido a diferença de contexto social e cultural experienciada por esses imigrantes e seus descendentes, a educação da moral japonesa não pôde ser assimilada tal como no Japão e, o que houve, foi a sua ressignificação (OKAMOTO, 2018). Uma vez que essa resignação ocorre, surge uma tensão pela diferença de valores dos *isseis*, os primeiros imigrantes japoneses, e as gerações subsequentes. A exemplo disso, a fala a seguir de uma estudante nipo-brasileira:

Meu pai não pode saber, mas eu não quero casar com descendente de japonês. Não quero ser como minha mãe e minha tia, que são revoltadas, mas ficam quietas, eu sinto. Isso de sempre obedecer, obedecer, eu não. Acho que com brasileiro vai ser melhor. WOORTMANN, Ellen F. “Japoneses No Brasil/Brasileiros No Japão: Tradição e Modernidade.” Revista De Antropologia, 1995, p 24).

¹⁰ OKAMOTO (2018) Escolas de Ensino Fundamental e Médio para descendentes de japoneses, traziam materiais didáticos do Japão com conteúdo ultranacionalista do fim do XIX à metade do séc. XX. Tais escolas foram estabelecidas até 1945, para o ensino ideológico e educação das gerações mais jovens. No Brasil essa ideologia assumiu uma nova roupagem, não apenas nas escolas, como nos impressos da comunidade, a de formar bons nipo-brasileiros para o sucesso do Brasil. Hoje novamente ressignificada, é vista como legado dos antepassados japoneses. Tanto a roupagem da época do Estado Novo como a atual, diferem muito da original japonesa, que era de formar súditos leais que levassem a cabo o projeto nipônico “nação rica e um exército forte”.

Com todas suas ambiguidades, essa identidade nipo-brasileira é novamente negociada, e passa por uma reacomodação com a mudança sociocultural decorrente de sua ida para o Japão. Sobre isso Woortman (1995, p. 32) afirma que “se no Brasil são pensados como “japoneses”, no Japão não passarão de *gaijin*¹¹.” A imigração dos nipo-brasileiros ao Japão pode até ser idealizada como um retorno à terra natal, mas logo no contato com os japoneses, o “outro” termina por provar que apesar de semelhanças de etnicidade, consanguinidade e aparência, há muito que os difere (SASAKI, 1998).

Apesar dos *Nikkejins* relatarem sofrer discriminação por parte dos japoneses, comparado com outras minorias étnicas presentes no país – coreanos, chineses, filipinos entre outros – eles estariam em uma posição privilegiada, por serem elementos menos destoantes graças a sua ancestralidade japonesa, a despeito de suas diferenças culturais (WEINER, 2009).

2.4 VIVÊNCIA DEKASSEGUI

Dentro desse tópico, abordaremos alguns fatores que envolvem questões sociais e culturais, com certas especificidades no caso da comunidade tratada, que influenciam em larga medida na qualidade de vida desses cidadãos, suas possibilidades de assimilação e mobilidade na sociedade japonesa. Em relação aos consulados, esses fatores acabam por tornar o relacionamento com a comunidade brasileira ainda mais relevante.

2.4.1 Trabalho

Uma vez que a principal razão para a imigração em massa desses cidadãos brasileiros foi a busca por melhores oportunidades de trabalho¹², as questões que se relacionam com esse tema são de extrema relevância para a compreensão do que seria essa experiência *dekassegui*. Já tratamos da importância da mudança na Lei da Imigração japonesa em 1990 para a possibilidade de os nipo-brasileiros adentrarem o

¹¹ Bueno (2002 p. 2) “A palavra “*gaijin*” é nome feio no Japão e significa aquele que é de fora. Quem está fora é impuro, suspeito”.

¹² Muito embora a motivação de conhecer o país e a cultura dos ancestrais também seja apontada por diferentes autores, aparece como secundária. O trecho a seguir, retirado do site da ABD, seria uma exceção por inverter a ordem de relevância desses fatores: “Na comunidade nipo-brasileira mudou o conceito negativo de *dekassegui*. O que antes era vergonhoso passou a ser uma oportunidade de conhecer a terra dos ancestrais, sua cultura e ainda ganhar um bom salário.” <http://www.abdnet.org.br/conteudo.php?id=273>, consultado em 27/04/2019.

mercado de trabalho japonês de maneira legal, sem restrições de atividades e com vistos de múltiplas entradas. Há, porém, outra mudança legislativa que se relaciona com o objeto desse trabalho, que é a alteração do Art. 206 do Código Penal - Decreto Lei 2848/40, em 1993, que até então criminalizava o agenciamento de trabalhadores para fins de emigração. Ao novo texto foi adicionado “mediante fraude”, de modo a descriminalizar a atividade dos intermediários, segundo o site da Associação Brasileira de Dekasseguis (ABD) (2019).

A este trabalho importa tal questão porque grande parte dos trabalhadores da comunidade de brasileiros no Japão¹³ vai ao país por meio dessas agências, legais e ilegais, que prestam serviço de assistência no processo de entrada de vistos, providencia moradia e passagens aéreas, além de preparar os contratos de trabalho e encaminhar os trabalhadores como terceirizados para as empresas japonesas. Normalmente esses custos são descontados posteriormente direto do salário dos trabalhadores (SASAKI 2006). No que concerne a legislação trabalhista, não haveria muitas diferenças em relação a legislação brasileira:

A legislação do trabalho japonesa possui institutos semelhantes à legislação brasileira⁵³⁶ (como jornada semanal de 40 horas de trabalho, remuneração de horas extras e noturnas superior à hora normal, seguro social para proteção em face do desemprego, debilitação da saúde e velhice, proteção contra acidentes de trabalho. O trabalhador em o direito de receber informações sobre as condições de trabalho ofertadas, como por exemplo: horário de término e início do trabalho; intervalo para descanso; feriados; folgas; funcionamento do sistema de revezamento, (se houver); salário, cálculo, forma de pagamento; dia de pagamento; época e condições de despesa com refeição; segurança, higiene, treinamento, indenização, premiação e punição (LOPES, 2009, p. 332).

Apesar da similaridade de suas legislações é na cultura praticada e vivida no dia a dia do trabalho que aparecem as grandes diferenças entre o país de origem e o receptor:

O operário de kassegui também tem o direito de rescindir o contrato de trabalho, estando tão somente sujeito à ação de aviso prévio duas semanas. Mas é preciso ressaltar que esse tipo de atitude é muito mal visto pela sociedade japonesa, que preza a dedicação e lealdade a um emprego, em troca de uma estabilidade quase vitalícia. Até mesmo em razão deste costume, a indignação dos empregadores em face de eventual pedido de dispensa por parte do trabalhador, leva a tentativas de impedir esse tipo de atitude. Por esse motivo, a legislação japonesa proíbe fixar cláusulas

¹³ Segundo pesquisa do projeto “Redes sociais nas migrações internacionais: os migrantes brasileiros para os Estados Unidos e o Japão” (Fapesp; Nepo-Unicamp, 2001 citado por ELIZA SASAKI 2006) em Maringá - cidade onde 5% da população é nipo brasileira de acordo com o senso IBGE 200- 70% dos de kasseguis, vão ao Japão por meio dessas agencias.

contratuais estipulando o pagamento de multas pelos trabalhadores por "descumprimento contratual" (LOPES, 2009, p. 333).

Os trabalhadores também têm direito a férias remuneradas, no mínimo 10 dias ao ano, entretanto, devido à falta de adesão às férias, ainda que contempladas em lei, a partir de 2019 as empresas terão de dar compulsoriamente pelo menos 5 dias de férias aos seus funcionários, segundo informações do site do CIATE, Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior¹⁴. Além disso, horas extras são praticadas com frequência e, apesar da legislação delimitar em 8 horas diárias e 40 semanais como a carga horária máxima, é comum, ainda, o trabalho aos sábados e domingo (LOPES, 2009). Segundo pesquisa realizada em 2004 por Beltrão e Sugahara (2006), a jornada de trabalho média dos *dekasseguis* seria de 60 horas semanais, com turnos interruptos de revezamento. Pela constituição brasileira, essa modalidade não poderia ultrapassar 6 horas diárias¹⁵.

Outro ponto que chama atenção é a disparidade salarial entre os gêneros: homens ganham em média 30% a mais que as mulheres (LOPES, 2009). Essa desigualdade é condenada pela legislação japonesa, então o que se faz é o direcionamento das mulheres para funções com menor remuneração (LOPES, 2009). No âmbito do direito trabalhista japonês, autores apontam essas contradições, que poderiam ser entendidas, segundo Ninomiya e Tanaka (1999), como resultado da adesão ao modelo de direito ocidental à sociedade japonesa - cujo valores são incompatíveis com os que fundamentam o direito greco-romano, categoria onde o direito brasileiro se insere - sem mudança de hábitos do "modo de ser" japonês¹⁶.

Segundo pesquisa realizada em 2005, por Beltrão e Sugahara (2006)¹⁷, dentre o montante total da força de trabalho brasileira no Japão, a taxa de desemprego era de 4,1%, que apesar de pequena, é preocupante uma vez que o objetivo primordial em ir para o país seria o trabalho. No capítulo seguinte, São analisadas as medidas que os consulados brasileiros possuem para prestar assistência e orientação aos brasileiros que se encontrem desempregados, aos que vêm seus direitos tolhidos

¹⁴ Disponível em: < <http://www.ciate.org.br/noticias/31-outras/119-a-partir-de-abril-de-2019-japao-tera-nova-regra-para-ferias-remuneradas>>

¹⁵ Pesquisa disponível no site da ABD <<http://www.abdnet.org.br/conteudo.php?id=218>> acessado em 27/04/2019

¹⁶ Sobre aspectos da cultura japonesa de trabalho e suas consequências ver FRANCO, T., Karochi: O trabalho entre a vida e a morte, CADERNO CRH, Salvador, n. 37, p. 141-161, jul./dez. 2002.

¹⁷ Disponível no site da ABD: <<http://www.abdnet.org.br/conteudo.php?id=216>>.

diante das diferenças culturais muito presentes na relação patrão – empregado¹⁸, bem como sobre os acordos previdenciários para cidadãos brasileiros que contribuíram para a previdência tanto no Brasil como no Japão. Antes, questões relacionadas à educação também são pertinentes.

2.4.2 Educação dos nipo-brasileiros no Japão

Com base nos números da comunidade de brasileiros no Japão, nos indícios de sua consolidação e da continuidade dos fluxos entre os países, a questão da educação das crianças e jovens que vivem entre esses dois países passa a requerer mais atenção (HATANO, 2000). De acordo com Sasaki (2009), há escolas brasileiras no Japão e foi assinado um acordo entre os Ministérios de Educação dos dois países, visando a melhoria da educação dos brasileiros e das escolas brasileiras no Japão. Mas, ainda assim, pode-se encontrar uma variedade de problemas em tais escolas:

Falta de profissionais da educação, como professores, monitores, coordenação e administração escolar; a necessidade de formação e atualização de professores e agentes educacionais qualificados que atendam à demanda nas escolas brasileiras no Japão; produção e acesso ao material didático e um campo de debate sobre o seu conteúdo; precariedade das instalações e equipamentos escolares como laboratórios, quadras esportivas, computadores com acesso à internet; os onerosos impostos que incidem sobre os imóveis comerciais alugados para a instalação das escolas que são vistas como empresas; isso, por sua vez, leva às altas taxas das mensalidades das escolas brasileiras que acabam fazendo com que muitas famílias brasileiras deixem de colocar suas crianças nessas escolas; falta de auxílio-educação por parte dos governos locais; a barreira da língua japonesa e de uma cultura diferente; evasão escolar – apesar do aumento do número de crianças estrangeiras de 5 a 14 anos no Japão, há uma diminuição no número dessas crianças nas escolas nesse país; aumento de criminalidade dentre outras. (SASAKI, 2009, p.5)

Ademais, a própria questão sobre o que seria mais adequado – essas crianças e jovens deveriam frequentar escolas brasileiras ou japonesas? – não pode ser analisado sem passarmos pelo dilema da permanência ou retorno. “O retorno definitivo nem sempre acontecerá, pois a vontade é grande mas as possibilidades que o Brasil oferece nem sempre possibilitarão a concretização deste sonho” (ROSSINI, 2004, p.8). De todo modo, a opção pela escola japonesa também possui seus aspectos negativos:

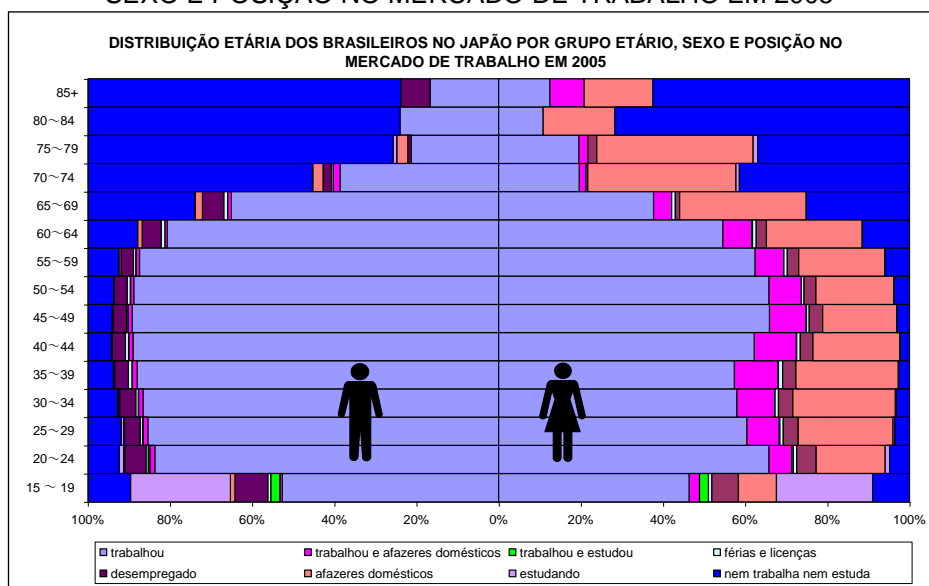
“Apesar de número considerável de estudantes e de escolas, um dos grandes problemas para os jovens e crianças reside na educação formal. A pessoa

¹⁸ Para entender a raiz histórica e antropológica dessa relação, ler o capítulo 5 do livro: O Crisantemo e a Espada de Ruth Benedict.

(criança e adolescente) quando matriculada em uma escola não assiste aula em uma classe de acordo com o seu conhecimento da língua japonesa, mas de acordo com a idade. Isso tem provocado grande desestímulo e a fuga da escola. Alia-se a isto o fato de os familiares nem sempre conhecerem a língua escrita para apoiar e acompanhar o aprendizado. Outro elemento que dificulta o aprendizado da língua é o explicado pela ausência familiar durante todo o dia e a noite estarem exaustos, não conseguindo desta forma auxiliar/acompanhar o/a filho/a. Acrescente-se ainda a violência física, além da emocional, a que são, frequentemente, submetidos os migrantes. Assim sendo, há número considerável de crianças/adolescentes que não estuda e ainda não trabalha. Por estes motivos tem crescido o número de voluntárias nas escolas, que conhecem a língua portuguesa e estão auxiliando jovens” (ROSSINI, 2004, p. 8).

Dentro do debate da educação dessa comunidade, é recorrente a questão de criminalidade e delinquência juvenil, que, se comparadas com os índices dos japoneses, são elevadas. Para Beltrão e Sugahara (2006), tal problema estaria ligado com a dificuldade de os brasileiros ingressarem no sistema de educação japonês e com os altos custos das escolas brasileiras no Japão. Os autores ainda apontam uma relação da delinquência juvenil com a existência de jovens que não trabalham e nem estudam, como é possível ver no gráfico 01, sobre a distribuição dos brasileiros no Japão por grupo etário, sexo, e posição no mercado de trabalho:

GRÁFICO 01. DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA DOS BRASILEIROS NO JAPÃO POR GRUPO ETÁRIO, SEXO E POSIÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO EM 2005



FONTE: Bureau de Censos, Ministério do Interior e Comunicações do Japão, citado por Beltrão e Sugahara (2006).

Seria possível classificar em dois grupos as crianças brasileiras no Japão. Um cujo envolvimento cultural com o Brasil e domínio do idioma português são baixos, por terem ido bem novas para o Japão, ou lá nascido, e cuja educação formal se iniciou

nesse país. Já o outro grupo seria de crianças que tiveram parte de sua educação no Brasil, falam bem português, mas não japonês (SASAKI, 2009). Todavia marcada essa diferença de domínio do idioma japonês entre esses dois grupos, não se pode concluir que as crianças que foram alfabetizadas em japonês, não encontrarão barreiras relacionadas à educação. Nesse sentido, Hatano (2000, p. 328) aponta que “possuir ou não a nacionalidade japonesa faz a grande diferença quanto as oportunidades que a criança terá no Japão, mais do conhecimento da língua japonesa ou não”.

Outra barreira à educação dos nipo-brasileiros no Japão seria a violência, segundo Rossini (2004, p. 8), pois “a violência dos estudantes japoneses nas escolas, contra os *dekasseguis*, em geral, é muito grande”. Violência essa, que normalmente aparece na forma de *bullying* ou em japonês *ijime*¹⁹, problema que não afeta exclusivamente os estudantes estrangeiros²⁰ e é até mesmo considerado uma epidemia responsável por muitos casos de suicídio de estudantes nas escolas japonesas (RIOS-ELLIS, BELLAMY E SHOJIC 2000). Segundo Tongu (2010), o medo de sofrer *ijime* na escola japonesa é uma das maiores preocupações dos pais e dos estudantes brasileiros e figura como uma das principais motivações dentre os que optam pelas escolas brasileiras, a despeito de suas mensalidades mais elevadas.

Em virtude desse quadro de fatores de dificuldade, exclusão e vulnerabilidade para o acesso e permanência na escola, bem como todos outros, que representam ameaças ao exercício dos direitos e ao bem-estar presentes na vida dos *dekassegui*, os consulados brasileiros adotam medidas, fornecem informações, prestam serviços e realizam pesquisas para o benefício das comunidades brasileiras. Ou seja, apresentam ferramentas para aprimorar o relacionamento com o público. Eles podem, até mesmo, por meio da Embaixada Brasileira, vir a interceder politicamente junto ao governo local (DIPLOMACIA CONSULAR, 2012). A seguir, nos debruçaremos sobre o papel dos consulados, a legislação que tange suas atividades e atribuições, bem como as políticas que norteiam suas preocupações.

¹⁹ *Ijime* (いじめ), é a palavra japonesa que significa maltrato, judiaria, tormento (cf. WAKISAKA, Katsunori (coord). Michaelis: dicionário prático japonês-português, Aliança Cultural Brasil-Japão/Melhoramentos, 2003).

²⁰ Sobre o sistema educacional japonês, a violência nas escolas e a delinquência juvenil na comunidade de brasileiros no Japão, ler: Os adolescentes brasileiros no Japão: O problema do sistema educacional. Disponível em: <http://www.lakis.or.kr/upload/userFile/2010/10/18/5._Yoshikazu_Yamochi,_Os_adolescentes_brasilieiros_no_Japao_-_o_probllema_do_sistema_educacional_-__.pdf>

3 CONSULADOS: HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS

A rede consular brasileira é uma das maiores do mundo, e é formada por Embaixadas, Consulados e Vice-Consulados²¹, que estão a serviço de brasileiros no exterior (PORTAL CONSULAR – ITAMARATY, 2019). A área consular é uma parte importante da política externa do país e, sobre isso, ainda no portal consular consta²²:

O Ministério das Relações Exteriores, também conhecido como Itamaraty, é o órgão encarregado de formulação e execução da política externa do Brasil. Um dos campos mais importantes dessa política é a área consular, destinada a atender os cidadãos brasileiros no exterior. A assistência consular é um direito reconhecido por tratados internacionais, e o cidadão brasileiro deve sempre exigir das autoridades locais a oportunidade de comunicar-se com uma Representação de seu país. O Itamaraty recorda que a assistência consular prestada ao cidadão brasileiro é isenta de custos. (PORTAL CONSULAR – ITAMARATY, 2019, não paginado).

As embaixadas brasileiras são a presença oficial do Estado brasileiro no exterior. Elas são responsáveis por, dentre outras questões, negociar com o Estado estrangeiro em favor dos interesses da nação que representa e de seus cidadãos. Entretanto, havendo consulados - como é o caso da missão no Japão - eles é que devem preferencialmente serem procurados por brasileiros que necessitem de assistência no exterior (BRASIL, 2017). De modo simplificado, as embaixadas ocupam-se mais da relação entre os Estados, enquanto os consulados com a relação cidadão-Estado. Apesar de haver certa intersecção entre ambas, a problemática consular se relaciona muito mais com o tema desse trabalho, e por isso nos restringiremos a ela. Neste capítulo, apresentaremos brevemente o percurso histórico

²¹ **A) Embaixada do Brasil:** as Embaixadas possuem funções de representação política do Brasil e sempre se localizam na capital de cada país. Em países onde o Brasil possui apenas Embaixada, o Posto contará com Setor Consular para atender à comunidade brasileira. Em cidades onde há Consulado-Geral brasileiro, no entanto, a Embaixada poderá não desempenhar funções consulares. **B) Consulado-Geral ou Consulado do Brasil:** são subordinados às Embaixadas e não possuem função de representação política, destinando-se, principalmente, à assistência consular e, quando aplicável, à promoção comercial e cultural do Brasil. Podem estar localizadas em diversas cidades, não apenas na capital. **C) Vice-Consulado do Brasil:** são escritórios de menor dimensão, subordinados aos Consulados e Consulados-Gerais. Geralmente, estão instalados em cidades fronteiriças do Brasil, visando a atender à comunidade brasileira que transita pelo país. **D) Consulados Honorários do Brasil:** trata-se de pessoa sem vínculo empregatício com o Governo Federal, mas que se compromete em defender os direitos e assistir cidadãos brasileiros, em coordenação com o Posto a que está subordinado (PORTAL CONSULAR – ITAMARATY, 2019). Disponível em: <<http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br/solicitando-assistencia>>. Acesso em 7 de maio de 2019

²² Para melhor compreensão da organização e hierarquia do Ministério das Relações Exteriores, vide no anexo 1 o seu organograma.

que os consulados percorreram até o presente momento, para então entendermos sua filosofia e política atual bem como as suas funções ante o seu público. Assim será possível, posteriormente, compreender os processos de relacionamento, a necessidade de comunicação e os problemas e questões relevantes que se destacam na percepção do público. Por fim nos aproximamos mais especificamente dos consulados do Japão, sua história, atividades e desafios.

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO – MUDANÇA DA PERCEPÇÃO

Até meados da segunda metade do século XX, a organização consular brasileira se estabelecia baseada nas necessidades de auxiliar a exportação de seus produtos - e por isso, a sua grande presença em áreas portuárias - além da assistência às tripulações dos navios cargueiros e a resolução dos tramites burocráticos dos que imigravam para o Brasil (COSTA, 2007). Após a Segunda Guerra Mundial, com a diminuição do contingente de imigrantes que chegavam ao Brasil, a importância da estrutura consular relacionada aos imigrantes diminuiu, entretanto, permaneceu sua preocupação com interesses comerciais e o atendimento de viajantes brasileiros no exterior (COSTA, 2007).

Algumas mudanças ocorridas ao longo da história do Ministério das Relações Exteriores da rede consular brasileira, se destacam, como por exemplo, aquelas realizadas na gestão de José Bonifácio, em 1822, que estruturou o tripé básico do Itamaraty: Secretaria de Estado, Missões Diplomáticas e as Repartições Consulares. Já o primeiro regimento Consular, que normatizou a atuação consular, foi definido no período em que Aurélio de Souza e Oliveira Coutinho estavam a frente do Ministério das Relações Exteriores, entre 1833 a 1834. Outro momento bastante produtivo em termos de avanços diplomáticos e consulares, foi a gestão do Barão do Rio Branco, entre 1902 e 1912, quando foram ampliadas as funções do gabinete do ministro e houve a sua divisão em cinco seções, uma delas a de negócios consulares. Ainda nesse período, tivemos a criação de vinte e cinco novos consulados e o estabelecimento de diplomatas permanentes em quase todos países da América Latina. Azevedo Marques, de 1919 a 1922, estruturou o corpo diplomático e o consular. Na administração de Alfrânio de Mello Franco, 1930 a 1933, iniciou-se o que se chama “Itamaraty moderno” que reformulou as carreiras do Ministério: a da Secretaria de Estado, do corpo diplomático e do consular, aperfeiçoou a atuação de seus órgãos, expandiu a atuação consular, atuação até então muito centrada em questões

comerciais. Com Oswaldo Aranha, 1938 a 1945, veio a fusão das carreiras consular e diplomática, e a criação do Instituto Rio Branco, para a formação de diplomatas. O ingresso no Instituto Rio Branco se dá por meio de concurso de modo a burocratizar o processo e padronizar o quadro de servidores da carreira diplomática. Com Saraiva Guerreiro, 1979 a 1985, houve a classificação dos consulados gerais em dois tipos: de primeira classe e de segunda classe. Neste mesmo período, foram criados departamentos e subsecretarias.²³

Atualmente, as normas básicas que regem a atividade consular internacional, são as previstas na Convenção de Viena sobre Relações Consulares de 1963²⁴, que basicamente compreende a prestação de assistência, proteção, informação e documentação aos brasileiros no exterior (DIPLOMACIA CONSULAR, 2012). Nos últimos anos, ocorreram avanços nas atividades consulares brasileiras, que adicionaram às suas atividades consulares tradicionais, o que pode ser chamado de atividades consulares de “segunda geração”:

assim consideradas as que envolvem não apenas serviços consulares tradicionais de proteção, apoio e documentação de brasileiros no exterior, mas também de promoção da saúde, dos direitos trabalhistas, da previdência, da educação, da cultura, do bem-estar e do autodesenvolvimento desses nacionais. Mencionam-se projetos destinados a comunidades mais carentes ou que requerem atenção mais específica, como a dos “brasiguaios” Introdução Ministério das Relações Exteriores 5 no Paraguai, dos “brasivianos” na Bolívia, dos garimpeiros nas Guianas e dos “decasséguis” no Japão (BRASIL, Ministério das Relações Exteriores, 2012, p.5).

Segundo Costa (2007), um dos motivos para a mudança de filosofia ou política consular é o reconhecimento da consolidação das comunidades brasileiras no exterior. Para ele, “deixou a atividade consular de ser mero instrumento passivo, de execução de rotinas burocráticas, para assumir papel mais afirmativo, saindo da repartição ao encontro do cidadão” (COSTA, 2007, p. 179). De modo concreto, a nova filosofia consular de “segunda geração”, se traduz em ações tais como:

Conselhos de Cidadãos, Redes de Solidariedade, consulados itinerantes, programas conjuntos com outros Ministérios para realização de exames

²³ Para o quadro completo das mudanças no Ministério das Relações Exteriores, por gestão, vide Anexo 2

²⁴ Disponível em: < http://pfdc.pgr.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/relacoes-diplomaticas-e-consulares/relacoes-diplomaticas-e-consulares/conv_viena_rel_consulares_1963.pdf>.

supletivos, criação de escolas e negociação de acordos em prol de brasileiros no exterior, além de várias iniciativas dos Postos que variam conforme a região e as circunstâncias, incluindo projetos binacionais de integração e apoio a comunidades de fronteira, publicação ou estímulo à produção de obras e eventos destinados às comunidades e toda uma gama de serviços que vão além da ação consular clássica (GRADILONE, 2008, p.11).

Diferente de Costa (2007), que insere os conselhos de cidadãos como parte das atividades consulares de segunda geração, há autores que os entendem como parte do que já seria a “terceira geração” por intencionarem uma “comunicação rotineira entre o Itamaraty e os conselhos de cidadãos brasileiros na jurisdição dos consulados”. Se na primeira fase percebia-se apenas a difusão de informação, a partir da segunda e terceira há um estreitamento possível no processo de relacionamento. Nesse sentido:

As atividades consulares de terceira geração foram fortalecidas por meio da institucionalização das políticas para brasileiros no exterior, reunidas no Decreto Nº 7.214 de junho de 2010, que estabeleceu princípios e diretrizes para as comunidades brasileiras no exterior (Presidência da República, 2012). Foram criados, como canal formal de interlocução entre o Itamaraty e os emigrados, os Conselhos de Representantes Brasileiros no Exterior (CRBE), os quais são eleitos pelos próprios brasileiros residentes fora do país e que se reúnem periodicamente para cobrar do governo brasileiro ações que promovam mais dignidade para as comunidades brasileiras frente aos Estados receptores (MILANEZ, 2012, p. 72).

Ainda que a atuação dos Ministério de Relações Exteriores tenha se expandido, com novas políticas consulares que visam melhorar e ampliar os serviços aos seus nacionais, certas limitações são inevitáveis. Tais limitações, passam pela subordinação desses órgãos à legislação do Estado soberano que os abriga²⁵, questões orçamentárias, entre outras. Então, tem-se a questão: Quando os consulados podem e não podem ajudar os brasileiros no exterior?

No Portal Consular (2019, não paginado) estão listadas algumas das situações que são previstas como funções consulares, dentre as quais estão: a) oferecer algum auxílio financeiro a brasileiros desvalidos no exterior; b) custear passagens de repatriação; quando possível, oferecer orientação jurídica ou psicológica a nacionais;

²⁵ Vide a Convenção de Viena sobre Relações Diplomáticas de 1961 e a Convenção de Viena sobre Relações Consulares de 1963, disponível em: <http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/relacoes-diplomaticas-e-consulares/relacoes-diplomaticas-e-consulares/conv_viena_rel_consulares_1963.pdf>.

c) visitar brasileiros detidos em outros países; d) omitir-se de notificar as autoridades locais de eventual irregularidade no status migratório de cidadãos brasileiros, entre outras. Já na lista do que estaria fora da competência consular, temos por exemplo: a) distribuir alimentos, exceto quando comprovada necessidade; b) promover viagens de nacionais brasileiros a outros países; c) libertar brasileiros detidos; d) descumprir à legislação local ou decisões judiciais (brasileiras ou estrangeiras); e) ser conivente com subtração internacional de menores, ainda que em favor de genitor brasileiro; f) remarcar voos ou recuperar bagagem extraviada; g) custear despesas médicas ou advocatícias de nacionais no exterior; h) investigar, por conta própria, crimes ou desaparecimentos²⁶.

Compreender os limites da atuação consular é de grande importância nesse trabalho porque a análise da percepção da comunidade de brasileiros no Japão passa pela confrontação das funções consulares reais com as que são conhecidas ou imaginadas pelo seu público que, pela ausência de clareza nas informações e da forma de relacionamento, acabam confundidas.

3.2 CONSULADOS BRASILEIROS NO JAPÃO

Diante do cenário apresentado no capítulo “Brasileiros no Japão”, não é difícil concluir que a atuação consular é de grande importância para a vida dessa comunidade no exterior, tendo em vista o papel desses órgãos. Por isso, agora, buscamos as principais ações consulares voltadas aos brasileiros no Japão, que surgiram como resposta ao perfil e dificuldades da comunidade em questão.

De acordo com Costa (2007), a representação consular brasileira em território japonês pode ser compreendida em três fases: a primeira inicia-se em 1895, com a assinatura do Tratado de Comércio, Amizade e Navegação entre o Brasil e o Japão, que levou à abertura dos Consulados-Gerais em Iokohama, Kobe e Nakasaki, com a finalidade de tratar da emigração nipônica para o Brasil; a segunda fase, inicia-se ao fim da Segunda Guerra Mundial, houve redução do fluxo em direção ao Brasil, o Consulado de Nakasaki foi extinto, e os de Kobe e Iokohama rebaixados a Vice-Consulados. Por outro lado, alguns Consulados Honorários foram criados em cidades mais afastadas da capital. A terceira fase seria a partir da década de 90, quando, como

²⁶ A lista de serviços que competem e não competem aos consulados, tal como no site das Relações Exteriores, consta no anexo 3.

resultado da imigração brasileira para o Japão, foram inaugurados os Consulados-Gerais em Nagoia e em Tóquio. Entretanto, o autor chama atenção para o fato de o maior número de brasileiros não estar nas mesmas cidades onde se estabeleceram os consulados:

Nagoia abriga hoje pouco mais de cinco mil brasileiros residentes e Tóquio, cerca de quatro mil e setecentos. Como foi visto acima, a maioria dos brasileiros naquele país reside nas cidades em torno dos complexos industriais - Hamamatsu, Toyohashi, Shizuoka, Ota, Oizumi, Ueda - condição que os obriga, em circunstâncias normais, a realizar viagens longas aos Consulados-Gerais, o que resulta em perda de um dia de trabalho, além do alto custo do transporte, para ver atendidas suas demandas por serviços (COSTA, 2007, p. 259).

Segundo Lopes (2009), duas formas têm sido utilizadas para facilitar o acesso aos serviços consulares, sendo que uma é através dos consulados itinerantes, ação do Consulado-Geral de Nagoya; e o de Tóquio, com postos avançados de coleta, que permite que muitos serviços consulares sejam feitos por correio. Ainda sobre as expedições itinerantes, Lopes (2009, p. 555) lembra que nelas “organiza-se também serviços gratuitos de consultas trabalhistas, consultas sobre vistos, consultas médicas em português (Caravanas da Saúde) e orientação jurídica”.

Entretanto, Costa (2007) aponta que essas ações de atendimento consular itinerante não estão preparadas para a demanda de cidadãos que as procura, de modo a comprometer qualidade do atendimento. Ele acrescenta, ainda, que é sempre difícil encontrar servidores do Ministério de Relações Exteriores dispostos a trabalhar no Japão e que, naquele momento, até mesmo havia menos servidores nos consulados no Japão do que o previsto pelo Itamaraty.

Outra modalidade consular presente no país são os Cônsules Honorários. Mas, além de não estarem nas localidades com maior população brasileira, as funções por eles desempenhadas “resumem-se, essencialmente, a atividade de representação, sem competência real para agir na qualidade consular” (COSTA, 2007, p.262), o que faz com que estes acabem por não contribuir para solução do problema de falta de pessoal para atender e prestar assistência à comunidade *dekassegui*.

É importante lembrar que devido os recorrentes desastres naturais no arquipélago, os consulados brasileiros têm de estar preparados para prestar socorro aos seus nacionais. Um exemplo da atuação consular nesses casos é a mobilização consular brasileira que ocorreu por ocasião do terremoto e tsunami, em março de 2011:

A primeira missão de busca de brasileiros nas principais áreas atingidas partiu em 15/03 e retornou na tarde do dia seguinte, trazendo vinte e cinco brasileiros localizados em Sendai e Fukushima. Foi estabelecido Posto avançado emergencial do Consulado Geral do Brasil em Tóquio na cidade de Joso, província de Ibaraki, um dos principais núcleos da comunidade brasileira, atingida severamente pelo terremoto e por abalos subsequentes. A SGEB e a Embaixada em Tóquio fizeram gestões junto a companhias aéreas que operam com conexões para o Brasil para que buscassem aumentar a frequência dos voos, de modo a dar vazão à grande demanda registrada. Foi elaborada cartilha de orientações a brasileiros no Japão, preparada pela Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN), que criou seção específica em seu sítio eletrônico sobre a crise nuclear no Japão. Foi montado plano de ajuda às vítimas do tsunami denominado “Movimento Brasil Solidário” (BRASIL, Ministério das Relações Exteriores, 2012, p. 92).

A fim de atender as necessidades dessa comunidade, os consulados disponibilizam ainda, segundo informações do site do Consulado-Geral de Tóquio (2019), orientação psicológica, médica e jurídica, concursos e atividades culturais. Adicionalmente, são disponibilizados diversos programas, eventos e cartilhas com enfoques específicos nos temas: Educação, Família e Segurança, Empreendedorismo, Saúde e Trabalho.

Uma vez que o objeto de estudo mais central desse trabalho é o relacionamento dos consulados com a comunidade *dekassegui*, uma ação em especial chama atenção por seu forte potencial para estabelecimento de relacionamento, que são os Conselhos de Cidadãos. Os membros desses conselhos são eleitos parcial ou integralmente pela comunidade e atuam voluntariamente como canais de comunicação entre a comunidade e o Itamaraty (BRASIL 2012). Apesar dos pontos positivos do projeto, Costa (2007) aponta que a maioria dos membros desses conselhos seriam funcionários de bancos, estudantes universitários, diretores de escolas, ou seja, trabalhadores em funções qualificadas e, por isso, não representariam a condição típica dos *dekasseguis*. Incluindo essa questão da representatividade, mais adiante, nos ocuparemos de, junto ao público, averiguar a eficiência, não apenas dessa, como também das demais ações consulares voltadas à comunidade brasileira no Japão.

4 COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E IMAGEM PÚBLICA

Como vimos anteriormente, os consulados são órgãos com o importante papel de assistir e proteger os direitos de seus nacionais no exterior. Na reflexão sobre direitos, a comunicação logo aparece não apenas como um direito em si mesma, mas também enquanto pré-requisito para a efetivação de outros direitos e do exercício da cidadania. Com isso em mente, nesse capítulo, abordaremos conceitos importantes no que diz respeito à comunicação pública, imagem pública, relacionamento e cidadania, que dialogam diretamente com a proposta e funcionalidade dos consulados. Passaremos ainda pelo tema dos estudos baseados nos receptores, a fim de explorar seu papel como ferramenta para a análise da comunicação pública e das relações públicas.

4.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Há diversas conceituações de comunicação pública, que segundo Brandão (2009), por vezes, pautam-se mais pelo que não seria comunicação pública do que por definições afirmativas, de modo a evidenciar a complexidade desse conceito. Para nossa discussão, traremos algumas reflexões que contribuem com o estudo do relacionamento, imagem e comunicação dos consulados brasileiros junto às comunidades de brasileiros no exterior, bem como para o entendimento da relevância da comunicação desses órgãos no cumprimento de suas missões. Dentre os estudiosos do tema, Pierre Zémor é um que traz importantes pontos sobre a comunicação pública:

Em sua prática, a comunicação pública assume diferentes formas ligadas às missões das instituições públicas. Ela é encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas coletividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas, enfim, de conduzir campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral (ZÉMOR, 2009, p.214).

A perspectiva da comunicação pública como forma de estabelecer relação e diálogo, tornar conhecidas as instituições públicas, mostrar serviços desejáveis e promover comunicação de interesse geral é bastante adequada para o contexto dos consulados e, por isso, faz parte da base teórica da pesquisa que será apresentada nesse trabalho.

Em meio a diversidade de conceituações, dois pontos que se mostram centrais e recorrentes na discussão teórica da comunicação pública, nos interessam em especial: o primeiro é o interesse público como elemento caracterizador da comunicação pública. A exemplo disso, tem-se a formulação de Koçouski:

comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos (KOÇOUSKI, 2012, p.92).

Delimitar o que de fato seria o interesse público não é simples. Faria (2009) afirma que o interesse público, visto como algo monolítico e forte, não existe e que este existiria apenas, enquanto algo fragmentado onde diversos agentes sociais, inclusive antagônicos, se articulam. Entretanto, em busca de uma discussão pertinente e elucidativa para o nosso recorte, encontramos que:

comunicação de Interesse Público é toda ação de comunicação que tem como objetivo primordial levar a informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo. Na Comunicação de Interesse Público, os beneficiários diretos e primordiais da ação sempre serão a sociedade e o cidadão (COSTA, 2006, p.20).

A comunicação de instituições governamentais (como é o caso dos consulados) deve atender exclusivamente ao que é de interesse público (KOÇOUSKI, 2012). Ou seja, toda a comunicação consular deve ser de interesse público, o que inclui por exemplo, informações sobre vistos, serviços, direitos e deveres do cidadão, horários e locais de funcionamento dos consulados, divulgação de eventos de interesse público, presença de canais de comunicação, entre outros. Ou seja, exclui-se qualquer comunicação com fins comerciais ou político partidários.

O segundo ponto convergente em grande parte das definições de comunicação pública pelo qual iremos nos pautar, é a promoção da cidadania como objetivo da comunicação pública. Sobre o debate da comunicação pública no Brasil afirma-se:

dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública, é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania (BRANDÃO, 2009, p.9).

A cidadania, relaciona-se diretamente com a missão dos consulados, tendo em vista que a presença consular representa para os brasileiros no exterior “a requerida atenção permanente do Governo brasileiro para fins de proteção, apoio, preservação da cidadania e manutenção dos vínculos com o Brasil” (BRASIL, 2012, p.3).

Segundo Mainieri e Rosa (2012 p.204), “a comunicação pública é um dos mecanismos que efetiva os direitos do cidadão, pois se insere na defesa do direito à informação”. Portanto, a comunicação se relaciona com a cidadania na medida que, como afirma Gentilli (2012), o aumento da prática de participação na cidadania é diretamente proporcional ao aumento do direito à informação. O autor coloca ainda:

O direito à informação concebido como o direito de cidadania é, exatamente, o direito àquelas informações necessárias e imprescindíveis para a vida numa sociedade de massas, aí incluindo o exercício pleno do conjunto de direitos civis, políticos e sociais (GENTILLI, 2012, p.43).

Para além disso, a comunicação pública precisa estimular a participação do cidadão, colocando-o no centro do processo de comunicação. Isso porque cidadania é participação ativa, então direito à comunicação não diz respeito apenas a receber informação passivamente (DUARTE, 2009). Tendo em vista a missão dos consulados bem como seu caráter enquanto instituições governamentais, a questão do interesse público e da cidadania deve, sem dúvida, ser central em sua comunicação.

Brandão (2009) classifica em cinco as variações de entendimento sobre o que seria comunicação pública. A primeira é a comunicação pública identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional, que é uma comunicação estratégica, de modo a estabelecer imagens positivas e bons relacionamentos entre as organizações (públicas ou privadas) e seus públicos²⁷. A segunda é comunicação pública enquanto comunicação científica, sendo que seu propósito é o diálogo entre a ciência e o cotidiano da população; a terceira forma é a comunicação pública como comunicação governamental. Aqui a comunicação pública é compreendida como de responsabilidade do poder público e nela a difusão de informação é voltada para a cidadania e ao que é de interesse público; a quarta forma

²⁷ A autora coloca que tal percepção da comunicação pública, tem o mercado como principal foco e visaria, segundo Duarte (2009, p. 3) “vender - seja uma imagem, seja um produto, seja uma ideia, seja uma fé – e obter lucro financeiro, em *status* ou poder.”, o que transmite uma ideia pouco preocupada com interesse público. Nesse trabalho, essa forma de comunicação pública não é interpretada dessa maneira, de modo que esta faz sentido no contexto da comunicação entre os consulados brasileiros e os nacionais no exterior, com interesses outros do que estes listados na citação acima.

é a comunicação pública como comunicação política, que pode ser entendida de duas maneiras: a) como a utilização da comunicação para a expressão de ideologias, crenças e pensamentos políticos de governos e partidos, e b) que diz respeito a disputa entre os veículos de comunicação e o direito da população em determinar os conteúdos em seu benefício. A visão de comunicação política como político partidária é vista por alguns autores como um dos exemplos do que não é comunicação pública. A quinta seria a comunicação pública identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada, refere-se às práticas comunicacionais desenvolvidas pela comunidade, terceiro setor e por movimentos sociais.

Dentro dessas cinco diferentes interpretações sobre o que conceituaria a comunicação pública, algumas delas se mostram mais evidentemente pertinentes ao recorte da comunicação consular, como a primeira que é comunicação pública enquanto comunicação organizacional, e a terceira que trata a comunicação pública enquanto comunicação governamental ou do Estado. Essas duas abordagens são discutidas abaixo, dentro do contexto consular.

4.1.1 Comunicação pública enquanto comunicação organizacional

Segundo Brandão (2009), essa concepção utiliza-se das ferramentas da comunicação organizacional e do marketing para vender desde produtos, ideias e até imagens para os seus públicos. Aplicada ao contexto consular, o direcionamento da comunicação para a construção de uma boa imagem na esfera pública, é capaz de contribuir efetivamente para o cumprimento das funções consulares junto ao seu público. Um exemplo da validade dessa abordagem em nosso contexto é o problema causado pelo não reconhecimento dos consulados enquanto instituições de proteção e assistência, evidenciado pelo temor que nacionais ilegais no exterior têm dos consulados brasileiros:

A falta de informações sobre o Brasil e sobre o papel dos Consulados é outra dificuldade, que às vezes pode estar ligada ao baixo nível educacional ou ao infundado temor ou constrangimento de maior aproximação com as repartições governamentais brasileiras, por medo de exposição da situação migratória irregular. É grande o número de brasileiros que forjam a destruição ou perda de seus passaportes e buscam os Consulados para solicitar novos, para poderem dispor de documento de identificação sem registro de entrada no país e assim dificultar a verificação de prazo de permanência por parte das autoridades imigratórias. É pouco expressivo, porém, o de brasileiros que efetuam matrícula consular (GRADILONE, 2008).

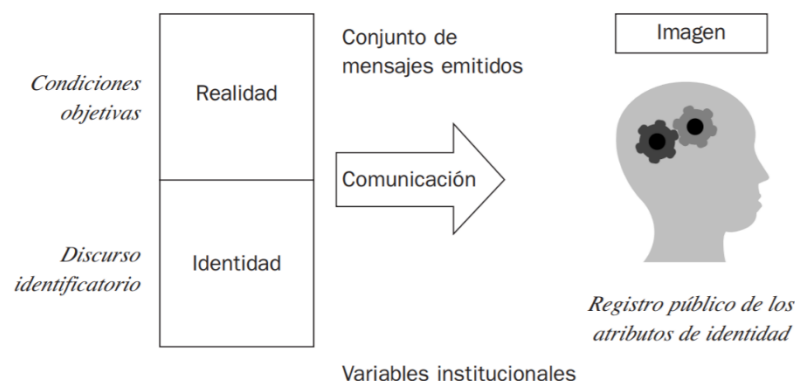
Além da própria falta de informação já apontada pelo autor, com as afirmações acima é possível constatar um problema na imagem transmitida pelos consulados enquanto organizações. Esse “temor infundado” pode até ser infundado na medida em que não encontra fundamentação na realidade, uma vez que os consulados se omitem de comunicar irregularidades na situação migratória de seus nacionais no exterior²⁸, fato que mesmo desconhecido, poderia ser presumido ao se considerar a função das repartições consulares. Mas, sem dúvida, encontra fundamento na imagem dessas organizações junto ao seu público. Nesse sentido, Lippmann (1921, p.25, tradução nossa), diz que “O que cada homem faz não se baseia em um conhecimento certo e direto, mas em imagens feitas por ele ou dadas a ele.”

Portanto, o olhar da comunicação organizacional para a comunicação pública no contexto consular, serve ao interesse público e estimula a cidadania, na medida em que contribui para a proximidade dos cidadãos com a rede consular o que favorece seu acesso à serviços, assistência, informações e a participação enquanto agentes sociais.

Ao entendermos como importante a construção de uma imagem positiva, é necessário refletirmos sobre como a imagem é constituída e em que medida ela se relaciona com a realidade das práticas organizacionais. Sobre essa questão, Suarez e Zuñeda (1999, p.55, tradução nossa) colocam que “não é possível trabalhar diretamente sobre a imagem de uma empresa. As intervenções têm co objetivo de modificar as outras variáveis que constituem o fenômeno institucional”. Apesar de tratar da imagem empresarial, o conceito expressado pelas autoras, claramente cabe para os consulados enquanto organizações. No que se refere às variáveis que refletem na imagem, está inclusa a realidade da organização, como bem mostra a ilustração a seguir:

²⁸ Anexo 3

FIGURA 1- VARIAVEIS INSTITUCIONAIS PARA A FORMAÇÃO DA IMAGEM



FONTE: Suarez e Zuñeda, 1999, p.55.

Com base na legislação e nas políticas que direcionam as atividades consulares, para este trabalho tem-se acesso ao discurso identitário dessas organizações, por meio da pesquisa bibliográfica e análise dos canais de comunicação disponíveis ao público bem como visitas a esses órgãos no Japão para entrevistas pelas quais pretendemos apreender, em alguma medida, as suas condições objetivas. E, por fim, por meio de pesquisas focadas no público, pretendemos analisar como esses órgãos são percebidos, a fim de compreendermos de modo mais amplo sua comunicação e relacionamento com a comunidade de brasileiros no Japão.

4.1.2 Comunicação pública enquanto comunicação governamental

Aqui tratamos da comunicação governamental dentro do âmbito da comunicação pública, ou seja, que existe em função do interesse público e promove o exercício da cidadania. Ou seja, o oposto da prática de comunicação governamental, do ponto de vista político-ideológica a serviço de governantes, o que é inconstitucional (KOÇOUSKI, 2012).

Dentro do debate da comunicação governamental, a temática da imagem e da identidade institucional, discutida anteriormente tem novamente lugar. Segundo Haswani (2006), há uma crise de legitimidade das instituições, e o Estado precisa reformular a sua identidade para se fazer crível. Portanto, novamente, não se pode falar na comunicação de modo separado das condições objetivas das organizações,

não é possível ignorar a desconfiança que a sociedade brasileira tem do que está ligado ao Estado, como é o caso dos consulados. Sobre essa necessária renovação institucional a autora coloca:

Tal processo implica a reconstrução dos mecanismos sobre os quais se sustenta a confiança no Estado como expressão e tutela do interesse da coletividade. Transparência, participação, eficiência e eficácia tornam-se, portanto, as palavras de ordem para redesenhar a imagem e o governo das instituições e suas modalidades de relacionamento com os cidadãos. A ação dos poderes públicos vem, deste modo, redefinida em torno do conceito de serviço público e de bem público (HASWANI, 2006, p.27).

O caso específico dos consulados brasileiros no Japão será analisado de maneira mais objetiva em outro momento neste trabalho. Por hora, trazemos o flagrante a seguir, extraído de uma comunidade intitulada “Brasileiros morando no Japão” do *Facebook*, como forma de ilustrar a questão da credibilidade dentro do nosso recorte.

Figura 2 – COMENTÁRIO DE NOTÍCIA NO FACEBOOK



FONTE: Facebook (2019).

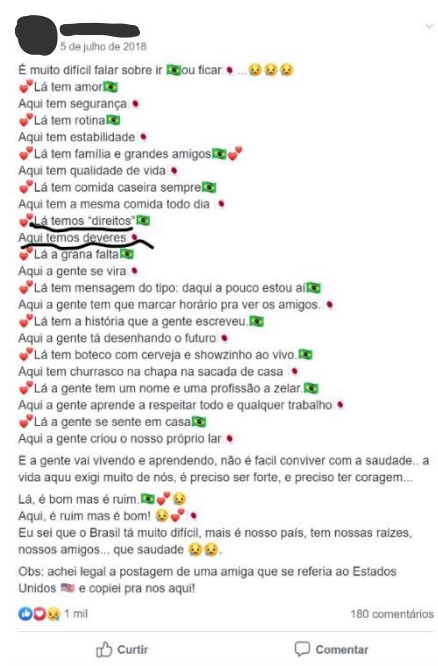
Como já vimos, os consulados trabalham em prol da cidadania. Portanto, ao falarmos da comunicação dessas instituições que atuam em contexto transnacional se faz necessário considerar os contornos específicos da cidadania no contexto de imigração. Sobre isso, Winckler (2004) parte da clássica tese de Arendt de que

cidadania é direito a ter direitos por meio de pertencer a uma comunidade política onde todos tem suas vozes e ações igualmente consideradas, e conclui:

A aposta da comunidade internacional, no final da segunda guerra mundial, foi no sentido de instituir mecanismos supraestatais de proteção aos direitos humanitários, dentre eles a nacionalidade e a cidadania, que garantiriam o direito de pertencimento a uma comunidade política disposta a assegurar todos os demais direitos. A situação jurídica dos imigrantes no cenário internacional, especialmente nos Estados Unidos e na União Européia, evidencia que a Organização das Nações Unidas não logrou implantar um sistema de proteção aos direitos humanos realmente eficaz na ordem internacional²⁹ (WINCKLER, 2004, p. 21).

Em relação a essa percepção de direito do imigrante, o post a seguir, também extraído de uma comunidade de brasileiros no Japão do *Facebook*, vai em direção à hipótese de que a situação não é muito diferente no contexto Japonês:

FIGURA 3 – POSTAGEM DE COMPARAÇÃO BRASIL X JAPÃO



FONTE: Facebook (2019).

A menos que este seja um caso isolado, tal percepção é preocupante uma vez que, como define Kunsch (2007), cidadania refere-se a ambos, direitos e deveres na relação entre o Estado e o cidadão. Nesse cenário, a comunicação tem um papel importante, pois mesmo que esses cidadãos tenham direitos e não apenas deveres

²⁹ Como a própria autora sugere, mais sobre esse tema, ver: WINCKLER, Silvana. A situação jurídica atual dos imigrantes europeus à luz do pensamento de Hannah Arendt. In: *Origens do totalitarismo – 50 anos depois*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001, p. 115-129.

no exterior, é por meio da comunicação que estes podem tomar conhecimento disso e das ações e órgãos a quem podem recorrer em caso de violação desses direitos.

4.2 RELACIONAMENTO E IMAGEM PÚBLICA

Uma vez que relacionamento e imagem pública são objetos centrais em nosso problema de pesquisa, vamos fazer algumas pontuações mais específicas sobre esses temas, muito embora eles tenham permeado toda a discussão dos tópicos anteriores desse capítulo. Partimos do pressuposto que o relacionamento é fundamental entre os consulados e os brasileiros no Japão e que, para isso, é preciso pensar modelos e ações de comunicação que ofereçam informação de interesse público e promova a cidadania. O cumprimento disso por parte dos consulados, além de ir ao encontro da literatura, auxilia na formação da sua imagem pública.

Sobre relacionamento, James Grunig (2003) explica que a situação das organizações é análoga a das pessoas, que inevitavelmente precisam se relacionar com quem as rodeia, o que exige coordenação de suas ações com os outros. O autor explica que em relações públicas, chamamos a esses “outros” de públicos estratégicos, por seu potencial em afetar e serem afetados pela organização e suas ações:

As organizações são eficazes quando almejam e realizam objetivos que são relevantes para seus interesses e os de seus públicos estratégicos. Os departamentos de Relações Públicas colaboram para a efetividade da organização na medida em que constroem **relacionamentos com aqueles públicos** que a afetam ou que são afetados por suas atividades (Grunig, 2003, p.74).

O objeto deste trabalho é o relacionamento dos consulados brasileiros no Japão com um de seus públicos estratégicos: a comunidade brasileira *dekassegui*. Entretanto, esse não é o único público estratégico dos consulados – que os afeta ou pode ser afetado por eles e suas ações – outros públicos cujo relacionamento é importante aos consulados são as organizações da sociedade civil e os governos locais e do país de origem.

Essas organizações da sociedade civil, são um dos públicos dos consulados, ao mesmo tempo que estes compartilham alguns objetivos e conseqüentemente o público-alvo de suas ações. De modo a ficar mais clara essa dinâmica, traremos o caso da ABD e o CIATE que são exemplos desse tipo de organização no contexto da comunidade de brasileiros no Japão.

A ABD (Associação Brasileira dos Dekasseguis) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, cuja missão, segundo informações de seu website é “promover o desenvolvimento dos dekasseguis e a sua integração na sociedade.” Por objetivos elencam “realizar ações de orientação e capacitação interagindo com entidades afins”, “promover atividades que visem desenvolver o potencial humano, buscar parcerias visando atender questões de interesse dos dekasseguis e montar acervo de informações sobre os dekasseguis.” Com focos em cinco áreas: “orientação, rh, Projeto Dekassegui, cursos e pesquisa³⁰”.

O CIATE (Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior) também é uma organização da sociedade civil que, segundo o site da instituição, tem como objetivo “prestar indispensável e relevantes serviços de informação e de orientação, sobre os mais variados aspectos da sociedade e cultura japonesa, aos nipo-brasileiros, a seus cônjuges e filhos.” Sua atuação, assim como da ABD, foca no momento antes da imigração para o Japão, durante e na volta ao Brasil. A instituição que promove simpósios internacionais, cursos e palestras – sobre temas desde cultura e idioma japonês, previdência, autoestima e planejamento pessoal, imposto de renda entre outros- é reconhecida por ambos governos, brasileiro e japonês³¹.

A importância das contribuições de instituições da sociedade civil em questões de interesse público, por meio da cooperação ou pressão junto a instituições governamentais, fica evidente no caso da pesquisa sobre o elevado número de crianças brasileiras diagnosticadas como autistas no Japão publicado pela Folha de São Paulo em 2018, por exemplo.

Autoridades brasileiras tiveram acesso a dados extraoficiais levantados por uma organização não governamental, de que 6% dos filhos de *dekasseguis* eram diagnosticados como autistas no Japão, enquanto o número entre os japoneses é de apenas 2% (a média global desse diagnóstico, segundo a OMS é de 0,62 % das crianças). Depois de confrontados com esses dados, a Embaixada do Brasil em Tóquio constatou a necessidade de um levantamento oficial. Segundo Corrêa do Lago, em entrevista à Folha de S. Paulo (2018), “não adianta ficar só reclamando e citando problemas sem se basear em um estudo aprofundado”. Com a finalidade de encontrar caminhos para a execução desse levantamento oficial, “a embaixada

³⁰ Site da ABD: <<http://www.abdnet.org.br/conteudo.php?id=65>> Acesso em: 24 mai. 2019.

³¹ Site do CIATE: <<http://www.ciate.org.br/quem-somos/historico>>. Acesso em: 24 mai. 2019

liderou a negociação com o Ministério da Educação do Japão, mas o levantamento será coordenado pela SABJA - Serviço de Assistência aos Brasileiros no Japão – organização não governamental que dá apoio psicológico e orientações a *dekasséguis*, “para garantir credibilidade acadêmica e independência”, nas palavras do embaixador André Corrêa do Lago.” Depois de concluído o estudo, “começa uma nova etapa de interlocução entre a comunidade brasileira e o governo japonês, baseada em informação de qualidade”, diz Corrêa do Lago³² (FOLHA DE S. PAULO, 11 de nov. 2018).

Esse caso é sem dúvida um exemplo positivo de parceria Estado-sociedade civil. Mas, por outro lado, sugere barreiras no relacionamento dos consulados com os cidadãos afetados diretamente – outro público estratégico – uma vez que um problema da comunidade chegou à administração pública apenas depois de reportado por organizações não-governamentais.

Já a importância do relacionamento dos consulados brasileiros com instituições governamentais locais, que constitui mais um público estratégico dos consulados, pode ser exemplificado por meio da observação de Norberto Mogi, presidente da SABJA, em matéria da Folha de S. Paulo, publicada 2 ago. 2017³³, de que na região de Hamamatsu, onde o relacionamento entre o consulado brasileiro e as autoridades japonesas é melhor, há uma menor incidência de diagnósticos de autismo em crianças brasileiras e já existem até mesmo casos de filhos de *dekasseguis* ingressando nas universidades.

Os resultados, observados tanto na parceria consulado-sociedade civil como na consulado-autoridades locais, vão ao encontro do que afirma Oliveira (2007, p.191): “acreditamos e defendemos que o caminho para a cidadania passa necessariamente pela intensificação das relações entre os diferentes setores da sociedade”.

A fim de estabelecer diálogo e relacionamento com o público das comunidades de brasileiros no exterior, os consulados têm os conselhos de cidadãos, que já mencionamos. Esta é uma iniciativa que se propõe a atuar como canal de interlocução com a comunidade. Nas reuniões entre o Departamento Consular e de Brasileiros no Exterior, membros dos conselhos de cidadãos e autoridades internacionais são

³² Matéria disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/11/pesquisa-investigara-diagnostico-de-autistas-a-brasileiros-em-escolas-do-japao.shtml>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

³³ Matéria disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/08/1906279-pesquisa-vai-investigar-alto-indice-de-brasileiros-autistas-no-japao.shtml>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

tratados temas tais como assistência a detidos no exterior, deportações, regularização migratória, violência doméstica, além de discutir formas de melhorar o atendimento ao público (DIPLOMACIA CONSULAR, 2012). Esse tipo de estratégia, representa um forte campo de atuação das relações públicas:

A criação de um conselho comunitário, constituído por lideranças locais, também é uma alternativa interessante para que o profissional de relações públicas possibilite e viabilize a interlocução das organizações com a comunidade, que por sua vez, pode revelar suas principais necessidades (OLIVEIRA 2007, p.188).

Conectado ao tema do relacionamento das organizações com os seus públicos, temos a sua imagem. Em tópicos anteriores, já abordamos os fatores que constituem a imagem que, nas palavras de Machado (2007 p.48), “é a organização sob o olhar de seu público”. A autora ainda salienta que as percepções dos públicos em relação as organizações ocorrem antes mesmo de que estes interajam, sendo o ideal que após o relacionamento a imagem se torne ainda melhor (MACHADO, 2007). Ao tratar de imagem pública, Weber afirma:

A Imagem Publica se constitui numa síntese e quem detiver poder financeiro, político e mediático poderá controlar a sua formação em grande parte, mas nunca na totalidade que só é possível em situações de controle absoluto e censura. A sua construção e proporcional a sua desconstrução é definida pelo cidadão, receptor, consumidor, em seu grupo ou individualmente (WEBER, 2004 citada por WEBER, 2009, p.12).

O fato de a imagem pública acabar por ser definida pela recepção nos leva a importante discussão do tópico que segue.

4.3 COMPREENDENDO A PERCEPÇÃO DA AUDIENCIA NOS ESTUDOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Aqui abordamos o estudo da percepção da recepção como uma ferramenta de relações públicas no relacionamento e comunicação organização-públicos, em especial no âmbito da comunicação pública. Para tal, faz se necessário adentrarmos em algumas perspectivas de estudos voltados à recepção.

Stuart Hall (2003), ao explicar como a relação mensagem-recepção é tratada em seu livro, traz uma noção muito importante em nossa discussão: a de que a comunicação não é algo transparente e simples. Segundo Stuart Hall (2003, p.354), ‘produzir a mensagem não é uma atividade tão transparente como parece’, “a mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa.” Nem seria a recepção, para Stuart Hall (2003, p.354), “algo aberto e

perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação.” Se assumimos a presença de tal complexidade no processo de comunicação, é natural concluirmos que a investigação atenta e analítica voltada à recepção pode trazer resultados produtivos no que diz respeito à compreensão do processo comunicacional. Nesse sentido, Martin-Barbero afirma que a recepção não é tão somente uma etapa no processo de comunicação. Para Martin-Barbero (1995, p.39), ela seria “uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação”.

É com essa visão que propomos a estudar a recepção em nosso recorte, com o intuito de repensar todo o processo de comunicação dos consulados brasileiros no Japão com a comunidade *dekasseki*. Do ponto de vista das relações públicas, essa preocupação em repensar a comunicação para eventualmente aperfeiçoá-la é de suma importância tendo em vista que, segundo Grunig (2009, p.27), “as organizações que se comunicam bem com os públicos com os quais se relacionam sabem o que esperar desses públicos, e os públicos sabem o que esperar delas”. Tomando o caso dos consulados como exemplo, vimos que há indícios de desconhecimento das funções dos consulados, por parte do próprio público que deles deveria se beneficiar, ou seja, o seu público não sabe o que esperar dos consulados. Ou pior, espera o oposto do que seria a sua finalidade, como ficou evidente com o temor de brasileiros em revelar a situação migratória irregular para os consulados brasileiros no exterior. Portanto, dentro desse contexto, faz-se necessário esforços para o desenvolvimento de uma boa comunicação, dentre os quais propomos a análise da percepção do público como ferramenta relevante para tal.

Em nosso estudo, não adotamos o modelo que vê a comunicação como unidirecional da produção para recepção, uma vez que esse modelo implica em atribuir distúrbios na comunicação à incapacidade da recepção como aponta o autor:

Ora, você percebe que a implicação desse modelo é que toda comunicação é uma comunicação perfeita? A única distorção nela é que o receptor pode não estar em condições de captar a mensagem que deveria captar. Mas se ele ou ela fosse inteligente e alerta o suficiente, obviamente não existiria nenhum problema com o significado. O significado é perfeitamente transparente: ele é uma mensagem que o receptor pode ou não entender (HALL, 1995, p.354).

Percebe-se que ao nos afastarmos desse tipo de modelo, aumenta a responsabilidade do comunicador, uma vez que este trabalha com uma mensagem cujo significado não é transparente e a sua não compreensão não pode simplesmente ser imputada à desqualificação do receptor. Tal perspectiva, ao se tratar de

comunicação pública, que trabalha com conteúdo de interesse público, coloca o comunicador e a comunicação em si em uma posição de grande responsabilidade.

Ao nos afastarmos desse modelo, porém, não desejamos correr o risco de incidir no outro extremo. Como explica Martin-Barbero (1995), não se pode pensar que o emissor é quem tudo sabe da comunicação e suas intenções é que devem ser estudadas, nem se pode imaginar que o receptor faz qualquer coisa com a mensagem. Para Martin-Barbero (1995, p.58), “o que estamos estudando com base na recepção, é um modo de interagir não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores sociais, e não só com aparatos.” Nesse sentido, vemos na perspectiva da recepção uma forma de compreender o tipo de interação, a qualidade do relacionamento dos consulados com o seu público, e não apenas verificar se o público entende as informações disponibilizadas por essas organizações.

Outro ponto que justifica a necessidade de olhares voltados à recepção nas relações públicas e na comunicação pública é justamente a sua escassez. Como um todo, os estudos acadêmicos de recepção existem em proporção muito inferior quando comparados com os que se concentram na produção e no conteúdo. No caso específico das relações públicas, podemos ter uma amostra da situação se examinarmos o livro *Teorias da Comunicação nos estudos de Relações Públicas*, onde Silva (2011) faz uma análise das teorias de comunicação presentes nos trabalhos de autores brasileiros de relações públicas. Na primeira parte de seu livro, ele expõe algumas das principais teorias da comunicação, chegando a citar Stuart Hall e seus estudos de recepção dentro do contexto de estudos culturais. Em seguida, Silva (2011) aponta a presença das teorias da comunicação nos trabalhos brasileiros de relações públicas e sugere novas aproximações ainda não exploradas. O autor encontrou a presença de conceitos de estudos culturais em uma autora de *Relações Públicas*, entretanto não no que diz respeito aos estudos de recepção e nem a indicou como uma nova possibilidade de aplicação nas teorias das relações públicas.

5 METODOLOGIA

Este trabalho é um estudo exploratório, realizado na condição de estudo de caso, que foi escolhido por este ser “um método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos” (DUARTE, 2012, p.234), o que acreditamos ser o caso de nosso objeto, já que este é permeado por questões referentes a trabalho, imigração, cidadania, comunicação, relacionamento cidadão-Estado, entre outros. Ainda segundo Duarte (2012, p.234), estudo de caso seria “o estudo das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único e por essa razão o distingue ou o aproxima dos demais fenômenos.” O que se adequa a nossa intenção de entender o que acontece nesse caso que possivelmente possui especificidades e similaridades com o que ocorre em outros contextos na comunicação consulado-comunidade brasileira no exterior.

Partindo não apenas das características do nosso objeto, como também da questão problema, encontramos características que fazem do estudo de caso uma metodologia adequada uma vez que, segundo YIN (2001), o estudo de caso é indicado quando busca-se responder perguntas que contenham “como” e “por que”, o que se aplica em nossa busca por entender como o consulado é visto pelo seu público, como é o seu relacionamento com ele e em que mediada a comunicação desses órgãos contribui para essa percepção.

Por meio de uma abordagem hipotética dedutiva, desejamos obter nossos resultados, majoritariamente por meio da percepção do público. Optamos por dar maior ênfase à percepção do público, por entendermos que o emissor provoca a relação, mas a comunicação, a produção de sentido só se dá no encontro com o outro (IASBECK 2012). Ainda sobre isso o autor coloca:

Nessa situação, o receptor chega a ser decisivo: se ele não responde, sequer acontece a comunicação. Todos sabemos que, num processo interativo, não basta que exista o estímulo. A resposta é essencial para configurar a qualidade da relação e, conseqüentemente, as peculiaridades de sentido aí produzidas, ainda que a ausência de resposta possa também significar uma resposta (IASBECK, 2012, p.201).

Os dados sobre como o público se relaciona com os consulados foram levantados através de entrevistas em profundidade, uma observação netnográfica e um questionário. Outros conteúdos pertinentes foram trazidos por meio de pesquisa de revisão bibliográfica e do mapeamento de ações de comunicação do consulado.

5.1 MAPEAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Uma vez que o que nos interessa é a percepção da recepção, não iremos nos aprofundar quanto ao emissor e o conteúdo de suas mensagens. Entretanto, com o intuito de conhecer, em alguma medida, as condições objetivas de comunicação entre os consulados brasileiros no Japão e o público, faremos um levantamento das ações e canais de comunicação disponíveis. Nessa etapa do trabalho, elencamos e avaliamos as possibilidades de comunicação e relacionamento entre os consulados brasileiros no Japão e a comunidade a quem estes atendem - web sites, páginas em redes sociais, e-mails, telefones e atendimento presencial - com o objetivo de aferir a sua acessibilidade, clareza, relevância de informação e possibilidade de interação com o público no caso das redes sociais. Isso é importante, inclusive, para a produção posterior do questionário. Pretende-se também entrar em contato por e-mail e por mensagem privada no Facebook para avaliar a qualidade e rapidez do atendimento por meio desses canais. O atendimento presencial será analisado a partir de uma visita ao consulado geral do Brasil em Tóquio, com o propósito de perceber o ambiente e a qualidade do atendimento a quem procura esta unidade consular. Desse modo, essa etapa tem o objetivo maior de auxiliar nas duas subsequentes.

5.2 ENTREVISTA E QUESTIONÁRIO

Após levantamento bibliográfico e o mapeamento das ações de comunicação com os consulados brasileiros no Japão, realizamos cinco entrevistas por meio de vídeo chamadas e presenciais, com brasileiros que vivem no Japão e se enquadram no perfil típico *dekassegui*³⁴. Estas entrevistas foram semiabertas que, como coloca Triviños (1990, p. 146, citado por DUARTE J., 2012), “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam a pesquisa e que em seguida oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante”. Em nosso caso, um roteiro guia foi traçado com base nas questões e hipóteses que surgiram nas etapas anteriores, levantamento bibliográfico e das ações de comunicação, e os resultados

³⁴ Sobre isso ler: BELTRÃO, K. I., SUGAHARA, S. Permanentemente temporário: Dekasseguis Brasileiros no Japão. Texto da Associação Brasileira de Dekasseguis, 2006. Revista Espaço Acadêmico, - Ano II - Nº 15 - agosto de 2002 – Mensal – ISSN 1519.6186. Disponível em : <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/37974/21389>>. Acesso em 2 de abril de 2019. E COSTA, J. P. C., De dekassegui a emigrante. Brasília, Fundação Alexandre Gusmão, 2007.

das entrevistas e da observação netnográfica, subsidiaram o questionário que indagou um número maior de respondentes.

O questionário, por outro lado, é um método que permite testar diferentes proposições complexas em interação simultânea, permite que presunções lógicas e relações de causa e efeito sejam testadas de modo rigoroso com muitas pessoas (BABBIE, 1999). Em nosso trabalho, os *surveys* foram aplicados *on-line*, por meio de publicações em grupos de brasileiros no Japão presentes no *Facebook*. O método de aplicação *on-line* foi escolhido pela facilidade em alcançar vários respondentes em diversas partes do Japão, coisa que não conseguiríamos presencialmente. Além da nítida praticidade, a aplicação *on-line* do questionário tem a vantagem de excluir fatores que inibem o respondente, como a sua identificação e exposição ao entrevistador (BABBIE 1999). Optamos por submeter os questionários à apenas uma amostra de nosso universo, que é a comunidade de brasileiros que vivem no Japão em uma amostra não probabilística, por conveniência. Foram obtidas 684 respostas em um período de sete dias.

A elaboração do questionário seguiu as recomendações de Novelli (2012, p.170), que diz que “as perguntas devem partir do genérico para o específico, sendo que as questões afins devem estar próximas”. O questionário teve apenas uma questão aberta com o intuito de facilitar a análise dos dados.

5.3 OBSERVAÇÃO NETNOGRÁFICA

A netnografia enquanto metodologia de estudos de cibercultura e de comunicação vêm sendo discutida por diversos autores. Por exemplo, Kozinets (2007), coloca que este método tem como vantagem, além da evidente praticidade, a possibilidade de observação de um espaço de interação verdadeiro ao invés de uma reunião artificial e temporária. A forma como este método pode ser aplicado, varia podendo ser ativamente participativa ou estritamente observacional (KOZINETS, 2007). Em nosso caso, optamos por priorizar a observação com exceção dos momentos finais da pesquisa em que publicamos convites para entrevistas e o questionário.

Desde abril de 2018, iniciamos o processo de participação em diversos grupos de brasileiros no Japão presentes na rede social *Facebook*. Tais como “Brasileiros no Japão”, “Brasileiros em Osaka”, “Brasileiros em Tóquio” entre outros. Destacamos a contribuição do grupo “SOS Mães no Japão”, um grupo apenas de mulheres onde

muitas discussões ricas para o nosso estudo ocorreram. Muito embora desse grupo tenham surgido muitos *insights* para o nosso estudo, as suas regras de interação não permitem a divulgação dos conteúdos ali publicados e por isso não trazemos menções diretas a nada ali publicado. Ao longo da discussão do nosso tema, trazemos algumas postagens pertinentes advindas desses grupos, mas em maior medida, estão esses achados nos bastidores, como norteadores das perguntas das entrevistas e do questionário.

5.4 RECORTE DA PESQUISA, OBJETIVOS E HIPÓTESES

O recorte de interesse dessa pesquisa é a comunidade de brasileiros que vivem no Japão, público a quem se destina o serviço consular brasileiro no país. Assim, essa pesquisa tem o objetivo central de fazer um diagnóstico da imagem e da relação dos consulados brasileiros no Japão junto à comunidade para qual esses órgãos prestam serviços e assistência, a partir da percepção dos usuários. Enquanto isso, os objetivos específicos são: a) o mapeamento das principais situações em que o público-alvo dos consulados brasileiros no Japão os procura; b) compreender as dinâmicas comunicacionais mais utilizadas e levantar possíveis causas para que tal relacionamento se apresente da maneira diagnosticada, com base central nos dados fornecidos pelo público e pela bibliografia pertinente, e secundariamente, pela análise dos dispositivos de comunicação utilizados pelos consulados; c) pretende-se, ainda, identificar as principais dificuldades enfrentadas pela comunidade de brasileiros no Japão que se relacionam com a violações de direitos e interesses desses cidadãos, e poderiam ser superados ou atenuados por meio de uma melhor comunicação e relacionamento entre a comunidade em questão e os consulados brasileiros, assim como pela consolidação da imagem e reconhecimento destes órgãos enquanto instituições de apoio e assistência aos cidadãos no exterior.

Com base na revisão bibliográfica, sondagens preliminares e na cobertura midiática sobre o tema, levantamos algumas hipóteses iniciais a serem postas a prova por meio de nosso estudo empírico: 1) diante de violações de direitos, situações em que percebem-se injustiçados, os imigrantes brasileiros não têm no consulado um lugar de apoio, mesmo que essa seja uma das principais funções consulares; 2) os consulados disponibilizam informações para a comunidade, mas falham em estabelecer relacionamento contínuo e em consolidar uma imagem de órgão em favor dos interesses dos brasileiros residentes no Japão; 3) parte da imagem negativa dos

consulados, é resultado das sua situação objetiva – falta de recursos humanos e financeiros, imbróglis políticos, distância das cidades onde moram os brasileiros etc.;

4) os cidadãos brasileiros não demonstram muito interesse em relacionarem-se com o consulados, exercerem sua cidadania ou participarem ativamente da sociedade japonesa, o que faz com que as funções cartoriais dos consulados sejam as que mais importam para a comunidade em questão.

6 MAPEAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DOS CONSULADOS BRASILEIROS NO JAPÃO

Os três Consulados-Gerais do Brasil no Japão – em Hamamatsu, Nagoia e em Tóquio – possuem seus próprios canais de comunicação e relacionamento com a comunidade que atendem. Neste capítulo, apresentaremos um breve mapeamento desses canais bem como alguns testes para avaliação do atendimento aos cidadãos que procuram o serviço consular. Há metodologias próprias³⁵ para a análise de portais e canais de comunicação com instituições públicas, entretanto, optamos por não lançar mão de recursos metodológicos mais sistemáticos pela lateralidade que esse mapeamento ocupa em nossa pesquisa.

O objetivo deste tópico da análise é levantar as possibilidades objetivas de comunicação e relacionamento entre a comunidade *dekasegui* e os consulados brasileiros no Japão. Tendo em vista que a percepção do público, subsídio principal de nossa análise, abriga mais subjetividade, a associação com um mapeamento mais objetivo visa apontar para um diagnóstico mais abrangente da relação do consulado com o seu público. Além de constituir um novo lugar do qual se pode levantar proposições de melhora da situação verificada.

Segundo o site do Ministério das Relações Exteriores, os canais disponíveis nas unidades consulares da representação no Japão são os seguintes:

FIGURA 4- INFORMAÇÕES SOBRE OS CONSULADOS BRASILEIROS NO JAPÃO



³⁵ Exemplo de estudo que utiliza esse tipo de testes: AMORIM, P.K.; ALMADA, M.P. E-Transparência: proposta de modelo metodológico para a avaliação de portais de executivos nacionais. Trabalho apresentado ao GT de Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura, no 38o Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, Minas Gerais, 2014.

Consulado-Geral em Nagóia
<p>Chefe do posto: Nei Futuro Bitencourt</p>
<p>Endereço: Shirakawa 8Th Bldg. 2F / Marunouchi 1-10-29 / Naka-ku, Nagoya-shi, Aichi-ken Site: http://nagoia.itamaraty.gov.br/pt-br/ E-mail: cg.nagoia@itamaraty.gov.br / educacao.nagoia@itamaraty.gov.br / assistencia.nagoia@itamaraty.gov.br Telefone: (+81) 52 222 1077 Fax: +81 52 222 1079 Facebook: https://www.facebook.com/ConsBrasNagoia Youtube: (fora de uso) Twitter: n.e. Outras mídias: n.e.</p>
Consulado-Geral em Tóquio
<p>Chefe do posto: João de Mendonça Lima Neto</p>
<p>Endereço: Consulate-General of Brazil in Tokyo; Ichigo Gotanda Building, 2-3F; 1-13-12 Higashi Gotanda; Shinagawa Ku; Tokyo 141-0022, Japan Site: http://cgtoquio.itamaraty.gov.br E-mail: consbrastoquio@itamaraty.gov.br Fax: (00813) 5488-5458 Facebook: https://www.facebook.com/ConsuladomToquio/ Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCm8DhbkySFQ3roXdyPV8s6A Twitter: https://twitter.com/cgtoquio Outras mídias: http://www.instagram.com/consuladomtoquio</p>

FONTE: Itamaraty (2019).

Além do endereço físico, os consulados possuem *websites* com diversas informações de interesse da comunidade divididas em seções, o que facilita que se encontre a informação desejada.

FIGURA 5 - WEBSITE DO CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM NAGOIA

FONTE: Consulado-Geral do Brasil em Nagóia (2019).

Apesar de reconhecermos a importância desses *websites* para a difusão de informação e orientação da comunidade de brasileiros no Japão, optamos por focar nas possibilidades de contato ou atendimento dos consulados.

Tal opção de enfoque pode ser justificada pela compreensão já apresentada nesse trabalho, a partir de DUARTE (2009), de que o direito à comunicação não se limita ao direito de receber informação de modo passivo, mas inclui a participação ativa, sendo esta o que de fato caracteriza a cidadania.

Para além dos ganhos em termos de cidadania, a possibilidade de contato e participação do público também resulta em mais qualidade e eficiência no serviço público. Um exemplo disso é o projeto Serviço de Atendimento ao Cidadão - SAC, exemplo internacional de sucesso em atendimento ao cidadão criado pelo Governo do Estado da Bahia em 1995, que utiliza práticas comuns no mundo empresarial no serviço público (GONÇALVES, 2002). Dentre as muitas ferramentas que fazem desse projeto de gestão pela qualidade um sucesso, o chamado SAC opinião demonstra que a comunicação do cidadão com a organização pública, *down top*, é parte importante na eficiência da prestação de serviços públicos:

É facultado também ao cidadão o registro de reclamações, elogios, dúvidas e sugestões via carta, formulário próprio, telefone, fax ou Internet. Estes registros são consolidados num sistema intitulado SAC Opinião, que permite ao usuário e às diversas áreas da Sesac o acompanhamento sistemático das providências adotadas. Com a realização dessas pesquisas, a organização demonstra o foco no cliente, aferindo periodicamente o seu grau de satisfação, como recomenda o PNQ (1999) (GONÇALVES, 2002, p. 11).

Motta, G. da S.; Nascimento, D.R.L. do (2011), indicam três categorias de critérios para avaliação da qualidade de um SAC, segundo o Inmetro (2006), mas que podem ser aplicados ao caso do atendimento ao cidadão:

1. Acessibilidade ao serviço: verifica a disponibilidade dos canais de relacionamento e a facilidade de acesso a eles; 2. Relacionamento durante o processo: verifica como ocorre o atendimento; 3. Resolução da demanda: verifica se houve resolução do questionamento feito pelo consumidor (Motta, G. da S.; Nascimento, D.R.L. do, 2011, p. 571).

Tomando como norte os critérios acima, passemos à uma breve avaliação da experiência de atendimento e contato com os consulados brasileiros no Japão.

6.1 ATENDIMENTO PRESENCIAL

Devido à distância entre os Consulados, foi possível a visita apenas ao Consulado-Geral em Tóquio. A visita ocorreu no dia 08 de agosto de 2019, quinta-feira pela manhã, depois de uma tentativa frustrada dois dias antes no período da tarde. O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira das 09:00 até às 13:00 horas e segunda-feira das 09:00 até às 16:00 horas. Como a visita foi feita inicialmente em uma terça-feira, o consulado estava fechado.

O consulado está em um local de fácil acesso para quem utiliza o metrô, bem em frente à estação. Havia apenas mais uma pessoa em busca de atendimento, talvez por isso, o tempo de espera foi muito curto, algo em torno de dois minutos. A funcionária que prestou o atendimento se mostrou solícita e a recepção foi amistosa. Foram solicitadas duas informações, sendo a primeira sobre o procedimento para casamento entre japonês e brasileiro, recebemos a informação de que este procedimento compete a outro órgão. Em seguida, foram solicitadas cartilhas com orientações importantes que seriam para uma terceira pessoa, recém-chegada na condição de dekasegui. A atendente procurou por materiais gráficos com informações para a vida e trabalho no Japão, mas não encontrou. Entretanto, em seguida, propôs que eu enviasse um e-mail com o nome da cidade em que minha amiga morava para que eles pudessem enviar material mais específico sobre a sua localidade.

Apesar da ausência de materiais como cartilhas e manuais, analisa-se que o atendimento nessa visita foi de boa qualidade, o que não necessariamente se repetirá em outras unidades, nesta em um dia de mais movimento ou para um serviço ou assunto diferente. De toda forma, existe a possibilidade de atendimento presencial nos endereços constantes no site.

6.2 CONTATO POR E-MAIL

Além do atendimento presencial, é possível contato a partir de outras formas, especialmente por meios digitais. Ao acessar a página de cada consulado, na seção de contatos, há endereços de e-mail específicos para os diferentes assuntos. Como a pergunta formulada para o teste dizia respeito a passaportes, foi direcionada aos e-mails próprios para esse tópico e para um e-mail geral. As questões testes foram enviadas no dia 06 de setembro de 2019, por volta das 9:00 horas do horário de Tóquio, no padrão a seguir:

“Bom dia!!

Me chamo Selena, estou no Japão mas em breve irei ao Brasil. Meu passaporte tem mais de 6 meses de validade, mas terei que renovar ano que vem, então gostaria de saber se a taxa para renovação do passaporte fica mais barata no Brasil ou no Japão para eu decidir se aproveito e renovo lá no Brasil?

Atenciosamente,
Selena T. Bortoletto”

A primeira resposta obtida foi a do Consulado-Geral de Tóquio, que chegou na nossa caixa de mensagem oito minutos após o envio da pergunta, com o seguinte conteúdo:

“Prezado(a) Senhor(a),

Em resposta à sua consulta, informo que em geral para viajar o passaporte tem que ter a validade mínima de 6 meses, sendo assim, você terá que renovar aqui antes de viajar para o Brasil, caso queira saber o valor do passaporte no Brasil, entre no site da Polícia Federal.

Informações relacionadas à solicitação de passaporte, lista de documentos exigidos e prazos de entrega podem ser encontradas em nossa página web: http://cgtoquio.itamaraty.gov.br/pt-br/passaporte_comum.xml

Cordialmente,

Setor de Passaportes
Consulado-Geral do Brasil em Tóquio
cgtoquio.itamaraty.gov.br/
〒141-0022
Tokyo-to, Shinagawa-ku
Higashi Gotanda 1-13-12
Ichigo Gotanda Bldg. 2F”

“Sempre às ordens!!!!”

Apesar de um aparente mal-entendido sobre a questão da validade do passaporte, uma vez que eu afirmei que este possuía mais de seis meses de validade, a disponibilização do *link* com a página onde constam todas informações sobre passaportes, inclusive taxas, facilitou para que se obtivesse a informação desejada.

Em seguida, uma hora e trinta minutos depois do envio da pergunta, foi recebida a resposta do Consulado-Geral em Nagóia. Esta foi, sem dúvida, a resposta que mais se reportou à pergunta feita e facilitou o acesso às informações por meio da disponibilização de todos os *links* e até com informações extra, sobre o título de eleitor e a regularização da situação eleitoral que são importantes para obtenção do novo passaporte:

“Prezada Selena,

Para fins de comparação, acesse o site da Polícia Federal (dpf.gov.br) e acesse solicitação de passaporte.

Para passaporte em Nagoia queira proceder conforme as instruções no link

http://nagoia.itamaraty.gov.br/pt-br/passaporte_.xml

Orientações sobre título de eleitor estão disponíveis no link a seguir. Recordar-se que se para regularizar a situação eleitoral é obrigatório o comparecimento com os formulários preenchidos pela web.

http://nagoia.itamaraty.gov.br/pt-br/servicos_eleitorais.xml

Atenciosamente,

CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM NAGOIA
Setor de Passaportes

ATENÇÃO,
E-MAIL: passaporte.nagoia@itamaraty.gov.br
HOMEPAGE:
<http://nagoia.itamaraty.gov.br>
Endereço:
460-0002, Aichi-ken, Nagoya-shi, Naka-ku,
Marunouchi 1-10-29, Shirakawa 8th Bldg 2F
Japão

Tel: 052-222-1077
Fax: 052-222-1079”

A unidade consular que levou mais tempo para responder ao e-mail enviado, foi o Consulado-Geral em Hamamatsu. Foram seis dias de espera. Mas, além da maior demora para resposta em comparação com os outros dois consulados, chama atenção que a resposta foi a menos cordial e a que mais se distanciou de responder objetivamente à pergunta por nós enviada:

“Prezada Senhora Selena Bortoletto,

Em resposta a sua consulta de 06/09/2019, informamos que as informações em relação a taxa, os documentos necessários e a forma de procedimento para renovar o passaporte no Brasil devem ser consultados no Departamento da Polícia Federal.

Atenciosamente,

Setor de Passaportes
Consulado-Geral do Brasil em Hamamatsu”

A variação da qualidade de resposta evidencia o fator humano presente no relacionamento com o público inclusive nos meios digitais. Outra noção importante para se pensar o atendimento ao público é a de que suas deficiências são sintomas de outros problemas da organização e de que apesar de trazer ganhos, em geral, a tecnologia não resolve tais problemas, apenas lhes dão um novo lugar para manifestação (GONÇALVEZ, 2002). Ou seja, muito embora a possibilidade de trocar e-mails, mensagens e telefonemas com os consulados represente uma facilidade de comunicação e relacionamento, fatores relacionados à gestão de pessoas, cultura organizacional e até individuais dos funcionários são cruciais para que as TICs tenham seu potencial plenamente aproveitado a serviço do cidadão.

6.3 CONTATO POR TELEFONE

Durante esta breve estada no Japão, em Tóquio, acabamos por não realizar o teste do telefonema para os Consulados. Optamos então por pedir que brasileiros que moram no Japão o fizessem e nos passassem informações sobre o tempo de espera para terem sua ligação atendida, cordialidade do atendente e clareza na disponibilização de informações corriqueiras de interesse da comunidade.

Encontramos dificuldade de adesão ao teste, o que foi muito surpreendente tendo em vista que ao longo da pesquisa a comunidade sempre se mostrou interessada, participativa e disposta. A justificativa para não realizarem o teste era sempre a mesma: “Não vou ligar, já tentei antes, eles não atendem”. Depois de quatro tentativas frustradas³⁶, um membro da comunidade aceitou e realizou o teste. Entretanto, a pessoa revelou o propósito de sua ligação como sendo para ajudar em um trabalho universitário ao invés de se passar por um usuário ordinário. Por esse motivo, desse teste conseguimos aproveitar a análise da demora para a ligação ser atendida, mas não a análise sobre a cordialidade e clareza na disponibilização de informações em um contexto normal. A ligação foi para o Consulado Geral do Brasil em Tóquio, e contraditoriamente aos relatos anteriores, segundo a participante que realizou o teste, a ligação foi logo ao primeiro toque do telefone. Todo caso, a questão do atendimento telefônico será novamente abordada em nosso questionário aplicado on-line.

³⁶ Todas as pessoas a quem o teste foi pedido tiveram um contato mais próximo conosco, seja pela entrevista ou por essas entrarem em contato se disponibilizando para ajudar quando mensagens de convite para uma entrevista foram postadas em grupos do Facebook voltados aos brasileiros no Japão.

6.4 CONTATO POR MEIO DE MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

Já passando para as redes sociais, Martino (2014), estabelece 3 características de uma rede social on-line – a) possibilita a criação de um espaço pessoal de apresentação do indivíduo; b) possibilita o acesso ao perfil pessoal de outras pessoas, de acordo com interesses e c) permite a conexão entre os participantes – e com base nesses critérios, o Youtube seria considerado uma Rede Social on-line ou Rede Social Digital. Entretanto, a observação de seu uso prático no caso do Consulado- Geral do Brasil em Tóquio é mais como um canal de informação do que de um canal de relacionamento bidirecional e contato. Realidade observada também em um estudo que analisou textos noticiosos publicados em diferentes redes sociais digitais do Governo de São Paulo, sobre o contato do cidadão por meio dessas plataformas, observou que “no Youtube, não foram encontradas solicitações de usuários, o que sugere que essa mídia social pode não ser eficiente para o governo ou não ser atrativa o suficiente.” (ROTHBERG; DA SILVA VALENÇA, 2014, não paginado). Portanto, como redes sociais propriamente ditas consideraremos o Facebook e o Instagram dentre as redes disponíveis no caso dos Consulados-Gerais do Brasil no Japão.

No *Facebook* havia disponível o envio de mensagens para as páginas do Consulado Geral em Nagoia e em Tóquio. A página do Consulado Geral em Hamamatsu era a única com a possibilidade de avaliação por parte da comunidade, mas não possuía caixa de mensagens na data do teste, 06 de setembro de 2019, por volta das 9 horas, no horário de Tóquio. As mensagenspossuíam o seguinte conteúdo fictício:

“Bom dia!!
Me chamo Selena, estou no Japão e em breve buscarei meu filho de 6 anos. Mas estou preocupada com os seus estudos. Vocês têm informações sobre quais cidades dão mais apoio às crianças estrangeiras nas escolas japonesas? Com bom programa de ensino de japonês?”

No *Facebook*, a primeira resposta obtida foi a do Consulado Geral de Nagoia, apenas 36 minutos depois do meu contato, com o conteúdo a seguir:

“Prezada Selena, agradecemos o contato. Embora não possamos recomendar ou atestar a qualidade de um programa em específico, temos conhecimento de programas de acolhimento para brasileiros nas seguintes cidades da província de Aichi: Toyohashi, Toyokawa, Kariya, Toyota, Nishio, Komaki, Chita, Chiryu, Tokoname, Iwakura, Toyoake, Yatomi e Kanie. Segue a lista (em japonês) dos programas na província de Aichi: <https://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/299503.pdf>

No entanto, o acesso aos programas varia conforme o bairro de residência da família, e a atenção dada aos alunos estrangeiros ainda varia conforme a escola. Segundo nosso conhecimento, a cidade de Toyohashi tem um programa chamado "Mirai", por meio do qual todos os alunos estrangeiros frequentam aulas de língua e cultura japonesa antes de ingressar na escola. Como a senhora está no Japão, recomendamos, se possível, visitar as prefeituras das cidades onde poderia residir, para obter mais informações. Consulte também os guias sobre educação no Japão disponíveis em nossa página:http://nagoia.itamaraty.gov.br/pt-br/guias_sobre_educacao_no_japao.xml
A senhora poderá também consultar o Setor Multicultural da Província de Aichi. A página deles no Facebook também atende em português: <https://www.facebook.com/Aichitabunkakyousetinet/>
Estamos à disposição!"

Já a mensagem enviada na caixa de mensagens da página no *Facebook* do Consulado Geral do Brasil em Tóquio foi visualizada antes de uma hora de seu envio, e respondida 26 horas depois:

"Bom dia, Selena,

Infelizmente o consulado não possui informações sobre escolas japonesas. De forma geral, escolas em cidades com maior concentração de brasileiros são mais preparadas para receber alunos estrangeiros e algumas possuem programas de reforço da língua japonesa.

O site do consulado possui uma seção com dados sobre a comunidade brasileira residente no Japão: <http://cgtoquio.itamaraty.gov.br/pt-br/jurisdiacao.xml>

Seguimos à disposição."

No *Instagram* do Consulado-Geral em Tóquio, foi feito um comentário na divulgação de um evento sobre empreendedorismo que ocorreu há poucos dias, a seguir tem-se a pergunta no post e a resposta dada pelo consulado no dia seguinte à publicação do comentário:

FIGURA 6 – TESTE NO INSTAGRAM DO CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM TÓQUIO



FONTE: Instagram do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

Além da utilização do *Instagram* e *Facebook* como ferramentas de contato, é feito ainda o seu uso como canais de disponibilização de informação de utilidade para a comunidade *dekassegui*. As redes sociais têm um potencial de engajamento, relacionamento e de horizontalizar a comunicação, como coloca Carvalho e Torres (2015, p.8), “Quando administrada de modo correto, as redes sociais contribuem para um contato mais humanizado, ainda que este aconteça através de uma máquina”.

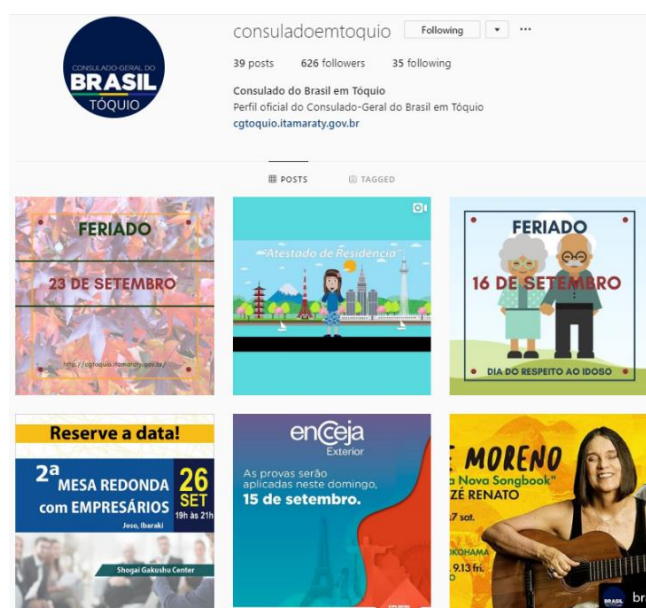
Há publicações que utilizam recursos gráficos e audiovisuais, linguagens essas que combinam menos com o tom formal que os *websites* dos consulados apresentam.

FIGURA 7 - FACEBOOK CONSULAR



FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Hamamatsu (2019)

FIGURA 8 – INSTAGRAM CONSULAR



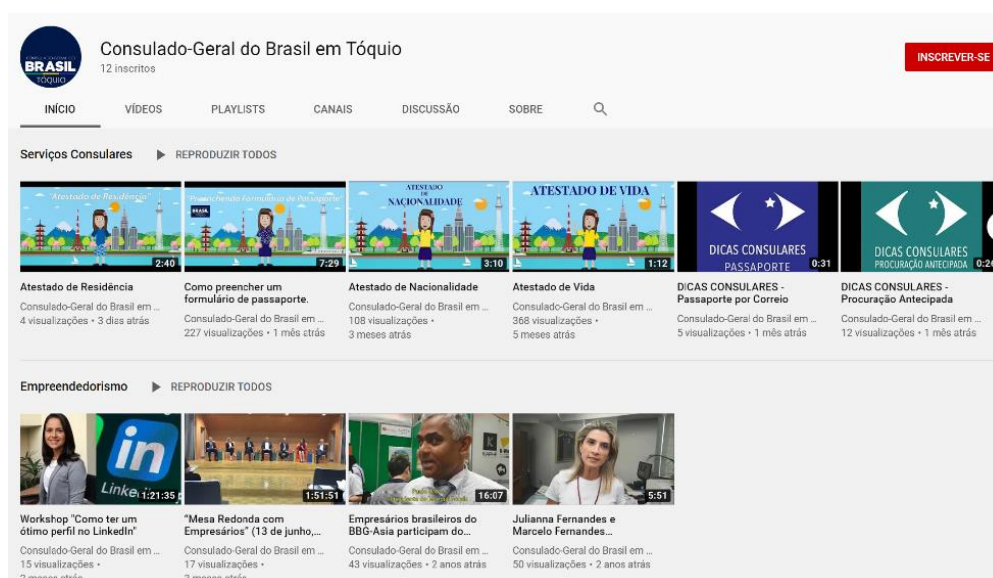
FONTE: Instagram do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

6.4.1 Youtube

Apesar de no *website* do Itamaraty constar que o *Youtube* do Consulado Geral do Brasil em Tóquio seria o único dentre os três consulados brasileiros no Japão e estaria desativado, o encontramos em atividade com postagens recentes, de modo que este também o analisaremos brevemente.

Observemos então o Youtube enquanto ferramenta de divulgação de informações na linguagem audiovisual e não enquanto ferramenta de relacionamento. O que já pode ser bastante interessante, uma vez que as potencialidades do audiovisual na transmissão de conhecimento são amplamente reconhecidas. Segundo Franco (1997, p. 34) “O bom é ver, espectral. É definitivamente o prazer de ver /ouvir a grande mágica sedutora das linguagens audiovisuais. Por isso mesmo tão persuasiva e pedagógica.”

FIGURA 9 – YOUTUBE CONSULAR



FONTE: Youtube do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

O canal do Consulado Geral do Brasil em Tóquio posta vídeos informativos que se utilizam da linguagem audiovisual para a difusão de conteúdos do interesse da comunidade. O início das postagens foi há dois anos, mas apenas recentemente houve a retomada das postagens, com uma reformulação dos temas, que passaram a focar em dicas e esclarecimentos úteis ao dia a dia *de kassegui*. Apesar de possuir apenas 12 inscritos e 13 vídeos - cuja soma total de visualizações não ultrapassam

0,7% do total de brasileiros que vivem no Japão - a qualidade do conteúdo e das produções favorecem a projeções positivas quanto ao futuro do canal, se mantido o padrão atual acrescido de técnicas pontuais de marketing digital.

6.5 EVENTOS

Os Consulados brasileiros no Japão realizam, divulgam e patrocinam eventos regularmente. Isso nos interessa na medida em que, segundo Silva (2008, não paginado), “o evento pode ser incluído como um dos componentes do mix de comunicação.” Eventos são considerados como ferramentas de comunicação aproximativa como coloca Ferreira (1997, p.14), pois “entende-se por veículos aproximativos aqueles que permitem qualquer aproximação física entre o público-alvo e a instituição, destacando-se entre outros o evento.”

Esse caráter aproximativo do evento o torna importante para instituições como consulados que, como vimos, tem no relacionamento com o seu público um importante fator para o cumprimento de seu papel. Ainda sobre eventos, Canton (1997, p. 19) coloca que “pode-se afirmar que evento é a soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo.” No caso dos consulados brasileiros no Japão, o público-alvo dessas ações estratégicas seria a comunidade *dekassegui*. Assim, faz-se aqui um breve mapeamento das temáticas dos eventos divulgados, patrocinados e organizados pelos consulados. As temáticas dos eventos em si indicam os seus objetivos, ou pelo menos preocupações das unidades consulares brasileiras no Japão. Em seguida, na próxima etapa da pesquisa junto ao público, verificamos se essas preocupações consulares vão ao encontro dos interesses e necessidades da comunidade alvo, bem como a sua adesão ou ciência da existência destes eventos.

Há divulgação de eventos nos *websites* dos três consulados, em suas páginas no *Facebook* e no *Instagram* do Consulado Geral do Brasil em Tóquio. Não foi considerado como eventos a realização dos consulados itinerantes. As categorias de eventos observados são variadas, a seguir alguns exemplos:

FIGURA 10 – EVENTO INFORMAÇÃO



FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

FIGURA 11 – EVENTO CULTURA



FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

FIGURA 12 – EVENTO EMPREENDEDORISMO



FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

FIGURA 13 – EVENTO EDUCAÇÃO



FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019).

FIGURA 14: EVENTO DESENVOLVIMENTO
PROFISSIONAL

FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019)

FIGURA 15: EVENTO
CONSCIENTIZAÇÃO

FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Tóquio (2019)

Como foi possível perceber, verifica-se uma gama de temas dos eventos, não apenas realizados pelos consulados, como também por outras instituições com a divulgação e apoio dos consulados. Os temas são interessantes e aparentemente se relacionam com questões da comunidade. Entretanto, buscaremos investigar junto ao público se o tema do empreendedorismo, que não necessariamente interessa a comunidade de brasileiros no Japão, e é recorrente nos eventos consulares, se mostra também em destaque no interesse do público.

6.6 ANÁLISE DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Por meio do mapeamento e dos testes, de um modo geral, as possibilidades objetivas de contato com o consulado bem como o acesso às informações nos seus websites e páginas em redes sociais digitais, são satisfatórios. Ou seja, as informações estão disponíveis e o contato é possibilitado, o que é essencial. Mas não necessariamente é o suficiente, uma vez que como coloca Zémor (2009), em termos de comunicação pública, não importa apenas difundir informações, mas também tornar um serviço desejável por meio do relacionamento e diálogo, além de tornar as instituições públicas conhecidas por meio de comunicação de interesse público. Tal entendimento nos leva a importância do próximo capítulo que analisa a comunicação, relacionamento e imagem dos consulados brasileiros no Japão da perspectiva da recepção.

7 ENTREVISTAS E QUESTIONÁRIO: A PERCEPÇÃO DO PÚBLICO

As entrevistas foram feitas nos meses de agosto e setembro de 2019, sendo algumas presenciais e outras por ligação. Ao todo, foram cinco entrevistas. Ademais, foi elaborado um roteiro de questões que abordavam alguns temas do cotidiano *dekasegui*, com intuito de levantar *insights* para a formulação do questionário (essas questões seguem anexas ao trabalho).

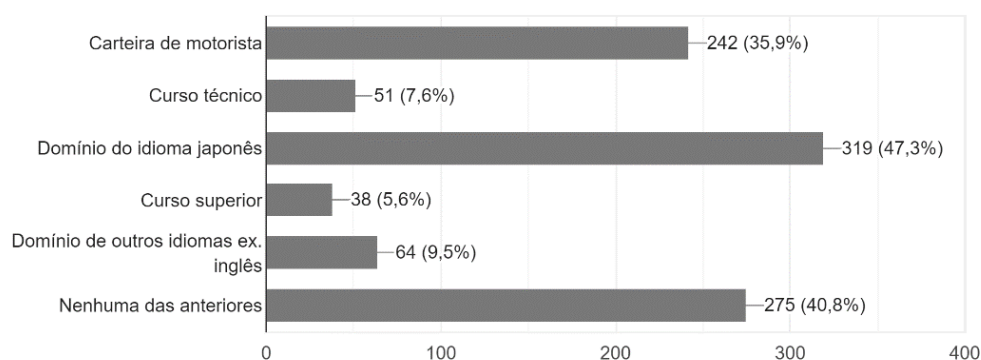
Ainda que houvesse questões centrais norteando as conversas, estas ocorreram de forma mais ou menos fluída. Todos os entrevistados são brasileiros com ascendência nipônica que foram ao Japão para trabalhar em funções que não exigem qualificação. Não os identificaremos, então vamos nos referir a eles por uma numeração: 1, 2, 3, 4 e 5. Os entrevistados foram selecionados aleatoriamente, alguns abordados no aeroporto, outros responderam a um *post* em uma página do *Facebook* voltada à comunidade de brasileiros no Japão.

Além das entrevistas, foi feito um questionário (que também se encontra em um anexo desse trabalho), aplicado via internet em grupos no *Facebook* voltados à comunidade em foco. Houve compartilhamentos e muitos comentários, além de número significativo de respondentes, 684. Este ficou disponível no período de sete dias, entre 21 e 28 de outubro de 2019.

7.1 PERFIL DOS RESPONDENTES E COTIDIANO DOS BRASILEIROS NO JAPÃO

Este primeiro tópico do capítulo apresenta um breve perfil dos respondentes do questionário *on-line*. O primeiro dado é sobre a faixa etária. Foi predominante o número de respondentes entre 31 a 40 anos (35,2%), seguidos por aqueles entre 41 a 50 (25,7%). Em terceiro temos os de 21 a 30 anos (22,7%). Estas informações, apesar de não serem centrais no trabalho, levantam uma preocupação quanto ao envelhecimento da comunidade, em especial quando observamos que a grande maioria exerce trabalhos que não exigem qualificação, categoria que normalmente exige alguma força física.

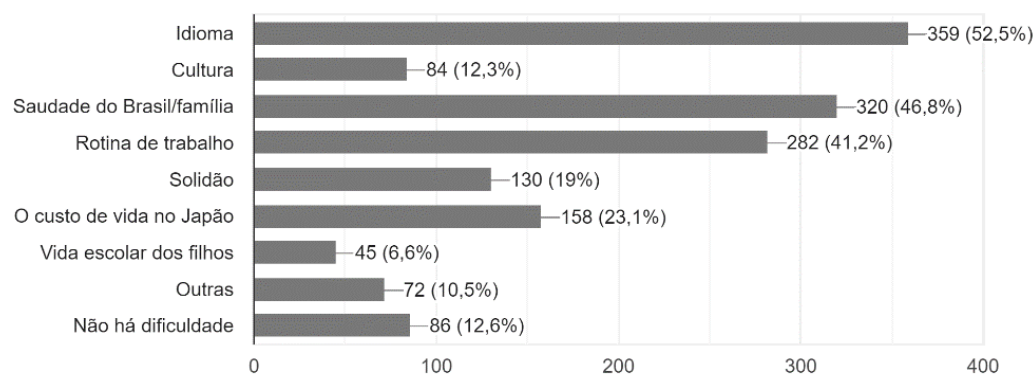
GRÁFICO 2 – EXIGÊNCIAS DE QUALIFICAÇÃO NO TRABALHO (N=647)



FONTE: Autora (2019).

Apesar de 33,8 % dos respondentes declararem seu grau de escolaridade como superior, apenas 5,6% atuam em cargos desse nível ou em que, ao menos, exige-se tal formação. Isso indica um subaproveitamento da mão de obra brasileira no Japão³⁷. Por um lado, como principal exigência para atuação nas funções laborais dos respondentes, apareceu o domínio do idioma japonês (47,3%). Por outro, a questão do idioma foi colocada como a principal dificuldade enfrentada em morar no Japão.

GRÁFICO 3 – PRINCIPAIS DIFICULDADES NA VIDA NO JAPÃO (N=684)



FONTE: Autora (2019).

Ao abordar a questão do domínio do idioma japonês, procuramos deixar o parâmetro de falar japonês ou não mais objetivo. Por isso perguntou-se, se o respondente necessita ou não de tradução em uma consulta médica. Dentro desse

³⁷ Os dados sobre escolaridade levantados divergem com as afirmações de COSTA (2007) que descreveu a comunidade como de baixa escolaridade. Em nossos dados a maioria, 43,1%, declararam ter o ensino médio.

critério, 54,8% afirmaram que falam japonês enquanto 45,2% que não. Com base nas entrevistas, esperávamos um número maior de indivíduos que não dominassem o idioma. Entretanto, quando cruzamos esse dado com o referente ao tempo de residência no Japão, o número de falantes de japonês não pode ser considerado satisfatório.

TABELA 1- TEMPO DE PERMANÊNCIA NO JAPÃO (N= 684)

Tempo	Quantidade	%
Há menos de 1 ano	64	9,4
De 1 a 3 anos	147	21,5
De 4 a 6 anos	68	9,9
De 7 a 10 anos	30	4,4
De 11 a 20 anos	174	25,4
Há mais de 20 anos	201	29,4

Fonte: Autora (2019).

Nas entrevistas, o problema da falta de domínio do idioma nipônico também foi apontado. Segundo a entrevistada 3, “A maioria dos brasileiros aqui não sabem japonês, trabalham só com brasileiro mesmo aí não aprende mesmo depois de 10, 15 anos”. O mesmo aparece na fala do entrevistado 4: “Quem não sabe o idioma não consegue se virar, pra esses a discriminação não é frequente é diária”. Outra fala desse mesmo entrevistado: “No começo quando eu não falava japonês, debochavam muito. A pessoa te chamava de burro, você não entendendo e todos ao redor rindo. Ninguém te estende a mão”.

Além do convívio quase exclusivo com brasileiros nas fábricas, mesmo que todos reconheçam a importância de falar japonês e a grande dificuldade que é morar em um país cujo idioma você não domina, a falta de interesse e vontade para estudar japonês foi colocada frequentemente como o motivo para a comunidade não saber o idioma, como coloca a entrevistada 2: “As pessoas gostam muito de reclamar, mas não se esforçam. Dá pra aprender se se esforçar”.

Nas entrevistas foi apontado também que, em comparação com 20 anos atrás, a dificuldade de comunicação em hospitais, escolas e órgãos públicos japoneses diminuiu, porque houve a contratação de tradutores em alguns desses locais, nas cidades com maior número de brasileiros.

A bibliografia indicou que a principal motivação da migração brasileira para o Japão é a busca por melhores oportunidades de trabalho Beltrão e Sugahara (2006). Dado esse que foi confirmado pelo nosso levantamento. Confirmou-se também, que a maioria dos brasileiros que trabalham no Japão não possuem vínculo empregatício com a empresa onde trabalham, mas sim com as empreiteiras. Trabalham como terceirizados por empreiteiras 54% dos respondentes. Por outro lado, 31% são funcionários diretos das fábricas ou empresas, 4,8% não trabalham e 10,2 % são autônomos ou *freelancers*³⁸.

Ao observarmos as ações consulares, encontramos algumas delas voltadas ao empreendedorismo, tema que não necessariamente se relaciona com o dia a dia do *dekassegui*. Por ser uma das prioridades na comunicação digital pelo Instagram, buscou-se entender se havia, de fato, uma demanda do público por tais conteúdos. Então formulamos uma questão no questionário sobre isso. Como resultado, 58,6% dos respondentes afirmou ser empreendedor ou ter intenção de empreender, 21,9 % empreende ou deseja empreender no Brasil, 15,9 % no Japão e 21,8% ainda não decidiu onde.

Sobre o debate do caráter permanente ou não comunidade brasileira no Japão, 56,7 % desejam voltar a morar no Brasil. Entretanto, 45,4%³⁹ não tem previsão clara de quando ou um planejamento concreto para tal. Essa expectativa de retornar ao Brasil é reconhecida como um dos motivos para a comunidade não se integrar bem à sociedade japonesa e levanta uma preocupação quanto a educação das crianças que podem não ingressar no sistema educacional japonês e depois acabarem por não retornar ao Brasil (BELTRÃO; SUGAHARA, 2006). No entanto, os dados por nós levantados indicam que a grande maioria das crianças brasileiras atendem a escolas japonesas (72,7%)⁴⁰, 12,9% frequentam escolas brasileiras, 1,7% escolas internacionais e 12,6% das crianças em idade escolar não estariam frequentando a escola⁴¹.

³⁸ No questionário utilizou-se o termo em japonês para *freelance*, *baito*.

³⁹ Essa questão era aberta, e indicava que apenas quem respondeu que desejava voltar a morar no Brasil a deveria responder. Entretanto, um número maior do que o de (sim) na questão anterior a respondeu.

⁴⁰ Pergunta com 348 respostas.

⁴¹ Antes da pergunta sobre qual escola estariam matriculados os filhos dos respondentes, que não foi de resposta obrigatória, havia a seguinte pergunta obrigatória: "você tem filhos em idade escolar". Obtivemos 300 respostas "sim" (43,9). Portanto, a pergunta seguinte recebeu 48 respostas a mais do que o previsto, sendo possível que respondentes sem filhos em idade escolar tenham assinalado a alternativa "não frequentam a escola" bem como outras alternativas. Há possibilidade ainda de os

Ao estudarmos as funções e as diretrizes da atuação consular, nos deparamos com a preservação dos direitos de seus cidadãos no exterior como uma das principais funções dos consulados (BRASIL,1967). Portanto, entendemos como necessário checar a percepção da comunidade de brasileiros no Japão sobre esse tema. Com a intenção de tocar de modo mais palpável nessa temática de direitos, formulamos a questão da seguinte maneira: “11. Você já se sentiu injustiçado no Japão, como se você tivesse menos direitos do que um cidadão japonês?”. Considerando a diversidade de interpretações possíveis dessa pergunta, 55,4% dos respondentes afirmaram que sim, já se sentiram injustiçados como se tivessem menos direitos do que os cidadãos japoneses. Nas entrevistas surgiram algumas falas que se relacionam a esse dado, como a fala de que “os japoneses se aproveitam no trânsito por exemplo, porque a justiça japonesa é sempre a favor dos japoneses” (entrevistado 1) e que “direitos iguais não tem não, mas deveres, imposto é tudo igual” (entrevistada 5).

Em seguida da questão sobre violação de direitos, investigamos a percepção da comunidade quanto as suas possibilidades de obter assistência nessas situações de injustiça. A já mencionada responsabilidade dos consulados com esse ponto nos leva ao próximo tópico, em que se discute sobre a percepção do público quanto aos serviços consulares.

7.2 USO DE SERVIÇOS CONSULARES

Dando continuidade ao conteúdo tratado no tópico anterior, sobre a situação específica de violação de direitos, apenas 3,2 % dos respondentes pensaram nos consulados como opção de local para buscar por assistência. Isso indica que apesar desta ser uma das mais importantes atribuições consulares, não é conhecida ou reconhecida pelo público que utiliza os serviços dos consulados. Anterior a isso, há ainda, a percepção da comunidade quanto ao seu “direito a ter direitos” nesse país que não é o deles. De fato, 48,2% disseram que não buscaram ou buscariam ajuda em caso de violação de direitos. Novamente as entrevistas trazem aspectos que nos ajudam a entender esses números. A entrevistada 2 diz que “não tem o que fazer, é a cultura milenar deles”. Já o entrevistado 4, diz que “quando a gente vem pra cá, já

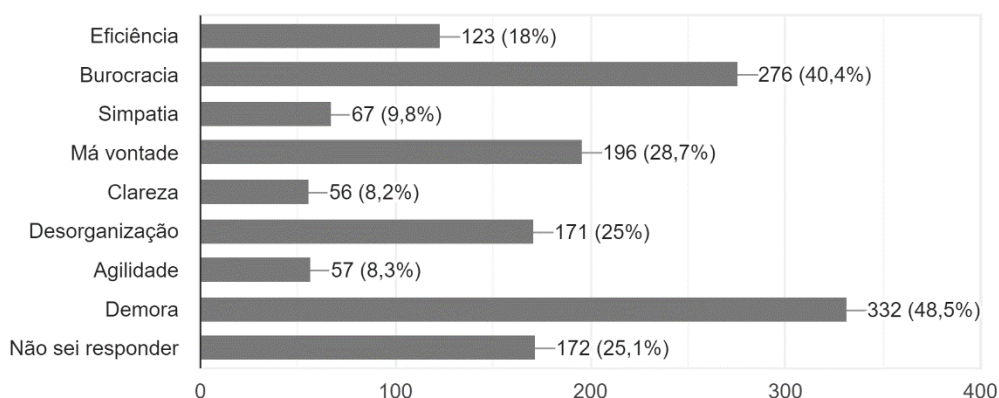
respondentes não saberem o que seria “idade escolar” e terem se confundido por isso. Em todo caso, a possibilidade de haver crianças em idade escolar não estudando é preocupante.

sabemos que é assim, nós escolhemos. É o país deles, tem que agradecer que podemos vir aqui e trabalhar”.

Outra questão ressaltada nas falas sobre o acesso ao consulado neste tipo de situação diz respeito a percepção da burocracia: “Não buscaria ajuda não, eu deixo quieto porque parece que dá muito trabalho, muita burocracia” (entrevistada 3). Se por um lado a comunidade brasileira no Japão frequentemente não se relaciona com os consulados como uma instância a recorrer em caso de violações de direitos, por outro não é um público completamente alheio a essas instituições, uma vez que como indicam os dados, 79,4% já precisou do consulado. E, especialmente pela natureza dos serviços consulares de primeira geração – renovação de passaporte, reconhecimento de certidões, regularização de situação eleitoral, entre outros –, pode-se inferir que os que ainda não precisaram, se permanecerem no exterior, provavelmente precisarão.

Há, portanto, relacionamento entre os consulados e o seu público. Quanto à percepção que é produzida a partir dessa relação, trazemos a seguinte questão do questionário: “quais palavras melhor representam a sua experiência ou a sua percepção sobre os consulados brasileiros no Japão? (assinale até 5 palavras).” As respostas resultaram no seguinte gráfico:

GRÁFICO 4 – PERCEPÇÃO SOBRE OS CONSULADOS (N=684)



FONTE: Autora (2019).

Uma breve observação da resposta dessa questão, não deixa dúvidas de que a imagem do consulado junto ao seu público não é positiva. Havia quatro opções positivas, quatro negativas e uma neutra, dentre as quais as quatro menos

assinaladas foram as positivas: clareza 8,2%, agilidade 8,3%, simpatia 9,8% e eficiência 18%. A demora, que aparece como a opção que mais representa a percepção sobre os consulados, foi também uma queixa recorrente nas entrevistas e na questão aberta do formulário. Costa (2007) já havia apontado a falta de funcionários nos consulados brasileiros no Japão como uma das causas da demora nos atendimentos, bem como o problema destes não estarem nas cidades com maior população brasileira. Uma alternativa a esse segundo ponto foi a criação dos consulados itinerantes, que funcionam como um mutirão de atendimento em cidades outras que a dos consulados gerais. Entretanto, nossos dados mostram que apenas 20,3% dos respondentes buscou atendimento nessa modalidade de consulado.

Outra questão que pode ter relação com a demora no atendimento, é a distribuição dos usuários por unidade consular, que segundo nossos dados é de 57,7% dos usuários para o Consulado-Geral do Brasil em Nagóia, 29,7% para Consulado-Geral do Brasil em Tóquio e 12,6% para o Consulado Geral do Brasil em Hamamatsu⁴².

A imagem de uma instituição junto ao seu público e a sua identidade não é resultado apenas de sua realidade objetiva. Como já visto com base em Suarez e Zuñeda (1999), esta passa também pela forma de comunicação com a qual se dirige e relaciona com o seu público, o que nos leva ao tópico que segue.

7.3 COMUNICAÇÃO DOS CONSULADOS

Ao tratarmos sobre quais termos melhor representariam os consulados brasileiros no Japão, dentre nove opções, clareza foi a menos assinalada, por apenas 8,2%. Segundo a entrevistada 3, o site do consulado é “claro e tem muitas informações, mas falta algumas coisas mais específicas”.

Em nossa questão aberta, encontramos muitos comentários sobre a clareza e qualidade das informações disponíveis pelos consulados, como seguem alguns exemplos de pontos levantados: “Gostaria de parabenizar, pois sempre que precisei dia serviços consulares, me atenderam bem, e orientaram de forma simples... grato”, “O site é confuso e pouco eficiente.”, “Colocar funcionários mais educados e que saibam responder corretamente e não com a frase NÃO SEI NÃO, TALVEZ SEJA....”, “Falta muita informação. Funcionários despreparados e muitas vezes com má

⁴² Questão não obrigatória com 586 respostas.

vontade. Só consegui atendimento decente via email ou facebook”. A disponibilização de informações com clareza, não é apenas importante a nível prático, mas também enquanto obrigação básica dentro do conceito de comunicação pública para a cidadania (BRANDÃO, 2009).

No que diz respeito aos canais preferidos para o acesso à informação sobre questões consulares, colocamos as seguintes questões: “quando você busca alguma informação ou precisa tirar alguma dúvida com os consulados brasileiros no Japão, de qual maneira você prefere acessar tais informações? Caso ainda não tenha necessitado desse tipo de informação, assinale as opções que você escolheria caso precisasse futuramente (assinale até 3 opções)”.

TABELA 2 - CANAIS DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO PREFERIDOS (N= 684)

Canais de comunicação e relacionamento	Quantidade	%
Por telefone	192	28,1
Por e-mail	131	19,2
Por meio de uma visita ao consulado	304	44,4
Pelas páginas nas mídias sociais consulares	97	14,2
Pelo site do consulado	469	68,6
Perguntaria a amigos ou conhecidos	141	20,6

FONTE: Autora (2019).

Após o website (68,6%) e a visita (44,4 %), em terceiro lugar ficou o telefonema (28,1%). Esses dados são surpreendentes se tomarmos os comentários de que o consulado não atende o telefone, mas fazem sentido com a rapidez no atendimento relatada em nosso teste. Chama ainda mais atenção, a visita aparecer logo como segunda opção para a obtenção de informação, tendo em vista a demora e a dificuldade de deslocamento. Em nossa questão aberta, encontramos as seguintes falas que confirmam esses dados além de os apontarem como uma das causas para a longa demora no atendimento presencial:

“Todas as minhas experiências no consulado foram ótimas. Acredito que nós também temos que fazer a nossa parte e agilizar qualquer procedimento antes de ir ao consulado, como organizar documentos, pesquisar no site antes de ir para que você não precise mais voltar”

“Creio que alguns cidadãos não buscam informações suficientes para o que precisam resolver e chegam lá sem os documentos necessários causando assim algumas situações desagradáveis para todos. Muito obrigada pela atenção.”

Devido a centralidade da questão do acesso à informação para uma instituição pública, como são os consulados, adicionamos mais uma questão sobre o tema da

comunicação digital desses órgãos: você acessa ou recebe informações dos consulados a partir de alguma das ferramentas de comunicação citadas abaixo? Assinale quantas alternativas desejar”. As respostas foram as seguintes:

TABELA 3 – COMUNICAÇÃO DIGITAL

Canal	Quantidade	%
Site oficial	328	68,5
Página no Facebook	201	42
Perfil no Instagram	8	1,7
Perfil no Twitter	2	0,4

FONTE: Autora (2019).

Aqui é confirmada a importância dos *websites* para o público. Novamente este se encontra bastante a frente das outras opções. Apesar de haver críticas por parte do público, os *websites* dos consulados reúnem bastante informação de maneira bem organizada, e talvez por isso sejam priorizados pelos usuários.

Dada a importância da clareza na comunicação das atribuições consulares, uma vez que isso se relaciona diretamente com a busca pelos serviços e assistência, estabelecemos uma outra questão que reportava especificamente ao tópico: “você considera claras as informações sobre as funções dos consulados brasileiros no Japão?”. Desta, obtivemos os seguintes dados:

TABELA 4 - CLAREZA DAS FUNÇÕES CONSULARES

Resposta	Quantidade	%
Sim	276	40,4
Não	216	31,6
Não sei	192	28,1

FONTE: Autora (2019).

A interpretação desses números é complexa, porque a opção “não sei”, pode ser fruto de uma incerteza, que no fim significa que a comunicação consular não é de fato clara sobre as funções desse órgão, como também poderia ser resultante da pouca relação com os consulados ou a falta de compreensão da pergunta. Entretanto, para complementar a essa questão, temos os dados sobre o que os respondentes acreditam ser as atribuições consulares:

TABELA 5 - O QUE OS RESPONDENTES ACREDITAM SER FUNÇÕES CONSULARES

Função	Quantidade	%
Regularizar e emitir documentos	636	93
Possibilitar a quem está no exterior votar nas eleições presidenciais brasileiras	301	44
Traduzir documentos	134	19,6
Oferecer serviços para melhorar a vida da comunidade	390	57
Orientação a brasileiros detidos no exterior	209	30,6
Resolver problemas com o visto japonês	176	25,7
Denunciar brasileiros ilegais no Japão	71	10,4

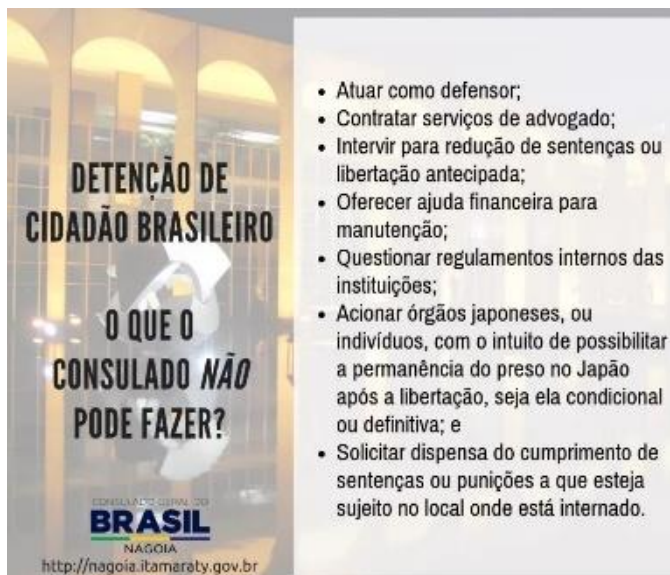
FONTE: Autora (2019).

Por esses dados, percebemos que as atribuições consulares mais conhecidas são as de primeira geração, nas quais o consulado opera de modo similar a um tabelionato (BRASIL,1967). Apesar de 55,7% das respostas incluírem opções fora das atribuições consulares - 10,4%, denunciar brasileiros ilegais no Japão; 25,7%, resolver problemas com o visto japonês; e 19,6%, traduzir documentos - todas as funções corretas foram mais assinaladas do que as incorretas – tais como regularizar e emitir documentos (93%), possibilitar a quem está no exterior votar nas eleições presidenciais brasileiras (44%), oferecer serviços para melhorar a vida da comunidade (57%) e dar orientação a brasileiros detidos no exterior (30,6%). Isso é positivo mesmo que a comunicação em torno das funções consulares possa melhorar, como por exemplo em torno da construção da imagem do consulado como órgão que defende os direitos e interesses dos brasileiros no Japão.

Além disso, dentro de cada atribuição há detalhes importantes que podem não estar claros. Um exemplo disso, é a questão da orientação aos detidos no exterior. Como aponta Costa (2007), todo estrangeiro detido possui o direito à uma ligação para o consulado de seu país, mas na maioria das vezes eles não sabem disso e a polícia japonesa costuma omitir essa informação.

Embora nossos dados indiquem que 30,6% dos respondentes reconhecem que o consulado presta orientação a cidadãos detidos, não se sabe se estes têm ciência dos limites concretos dessa orientação. A publicação a seguir, feita pela página oficial no *Facebook* do Consulado Geral do Brasil em Nagóia, demonstra os limites desse serviço, que pode haver em outros também, além de levantar algumas discussões relevantes para esse trabalho:

FIGURA 16 – DETENÇÃO DE BRASILEIRO NO EXTERIOR



- Atuar como defensor;
- Contratar serviços de advogado;
- Intervir para redução de sentenças ou libertação antecipada;
- Oferecer ajuda financeira para manutenção;
- Questionar regulamentos internos das instituições;
- Acionar órgãos japoneses, ou indivíduos, com o intuito de possibilitar a permanência do preso no Japão após a libertação, seja ela condicional ou definitiva; e
- Solicitar dispensa do cumprimento de sentenças ou punições a que esteja sujeito no local onde está internado.

FONTE: Facebook do Consulado-Geral do Brasil em Nagoia (2019).

Nessa postagem, vemos o que o consulado não pode fazer por um brasileiro detido, mas em nenhum momento é informado o que ele pode fazer, de fato. Abordagem esta que vai ao encontro da percepção da entrevistada 2, que fez o seguinte comentário sobre a clareza das funções consulares: “Parece que eles estão sempre dizendo o que o consulado não faz, mas o que eles fazem mesmo a gente fica sem saber”. Além da utilidade de saber claramente o que o consulado pode fazer em cada situação, cabe uma discussão sobre o tom que essa opção de abordagem dá. É importante que o público conheça os limites da atuação consular, mas falar apenas do que não esperar do consulado, sem um contra ponto afirmativo, não convida o cidadão a contar com o órgão nem a se relacionar mais de perto com ele.

Por falar em relacionamento, levantamos dados sobre a adesão aos eventos promovidos ou divulgados pelos consulados, que são considerados como importantes ferramentas de comunicação aproximativa (FERREIRA, 1997). Apesar de termos observado uma boa movimentação em termos de eventos em nosso mapeamento de ações, o questionário revelou que 88,6% dos respondentes nunca atendeu a um desses eventos, 7% foi para um e apenas 4,4 % em mais de um. Por observarmos a diversidade de temas tratados, muito claramente relacionados aos interesses da comunidade, um aprofundamento específico se faz necessário para entender a razão de tão baixa adesão aos eventos.

Outra ação consular voltada ao relacionamento com a comunidade atendida é o Conselho de Cidadãos. A proposta é ser um canal direto de comunicação e

relacionamento do Itamaraty com os membros da comunidade (BRASIL 2012). Em nosso questionário levantamos que apenas 5,8% dos respondentes conhecem o conselho de cidadãos, 19,3% já ouviram falar, mas não sabem bem o que é, e 74,9% afirmaram não o conhecer.

Costa (2007) aponta que apesar da proposta dos conselhos de cidadãos ser muito interessante, no caso do Japão, aparentemente haveria um problema de representatividade, uma vez que os conselhos eram normalmente formados por pessoas fora do perfil comum ao *dekassegui*, como funcionários de banco, universitários ou proprietários de escolas. Com o intuito de averiguar essa questão da representatividade, adicionamos em nosso questionário a seguinte pergunta: “Você conhece alguém que seja membro do conselho de cidadãos?”. A resposta mais presente (95,8%) foi “não”, número que vai ao encontro das afirmações de que os membros do conselho não pertencem à realidade do trabalhador brasileiro no Japão.

Desde o início, trabalhamos norteados pela bibliografia existente, somada à observação das discussões nos grupos em redes sociais e notícias referentes ou relacionadas com as questões da comunidade de brasileiros no Japão. Em um segundo momento, com a bagagem que o processo anterior nos proporcionou, fomos ao cerne do nosso trabalho: a percepção da comunidade alvo dos Consulados brasileiros no Japão. Iniciamos com as entrevistas - por estas permitirem mais abertura e aprofundamento nas questões - e seguimos para um levantamento quantitativo que oferecesse corpo ao que vinha sendo tateado. O capítulo a seguir, de conclusão, organiza os principais achados e conclusões resultantes desse trabalho de pesquisa.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve por objetivo apresentar o diagnóstico da imagem e relacionamento dos consulados brasileiros no Japão a partir da percepção do público que se utiliza dos serviços do consulado, morando no Japão. Procuramos ainda, mapear as circunstâncias em que o público-alvo das ações consulares busca pelos seus serviços, compreender as dinâmicas comunicacionais mais utilizadas e levantar possíveis causas para que o relacionamento dessa intuição com o seu público se configure da maneira diagnosticada, identificar as principais dificuldades enfrentadas pela comunidade de brasileiros no Japão que poderiam, eventualmente, ser solucionadas ou minimizadas com um melhor relacionamento e comunicação da comunidade *dekassegui* com estes órgãos. Foram levantadas algumas hipóteses a partir da primeira parte desse trabalho, e a luz dos dados obtidos com as entrevistas e o questionário, retomamos cada uma delas.

A primeira afirmava que frente a violações de direitos, os imigrantes brasileiros não veem no consulado um lugar de apoio, mesmo que essa seja uma das principais funções consulares. Essa observação se confirmou, uma vez que apenas 3,2% afirmou que buscaria ou buscou o consulado em situação de injustiça. Mas mais do que isso, nossa pesquisa mostrou que essa comunidade tem altas chances de nada fazer diante da violação dos seus direitos, 48,2 %. É possível que esse número seja bastante alto devido a subjetividade do que poderia ser considerado uma violação de direitos ou injustiça pelos respondentes. Há diferentes graus de violações, sendo possível que as que foram consideradas ao responder não fossem as mais graves. Entretanto, com base nas entrevistas, percebe-se que existe, de fato, certo conformismo e baixa expectativa de que a “justiça seja feita” em situações de violação de direitos, seja pela burocracia, pela parcialidade da justiça japonesa em detrimento do estrangeiro ou por questões culturais.

A segunda hipótese sustentava que os consulados disponibilizam informações para a comunidade, mas falham em estabelecer relacionamento contínuo e em consolidar uma imagem de órgão em favor dos interesses dos brasileiros residentes no Japão. Ao analisarmos essa hipótese, levou-se em conta tanto o mapeamento das ações como a percepção apreendida junto à comunidade. O primeiro ponto, referente a informação, se mostrou parcialmente correto. Encontramos bastante informação nos *websites* dos consulados e redes sociais movimentadas. Por meio dos testes,

recebemos informações, na maioria das vezes, mas não sempre completas e assertivas. Ao perguntarmos se eram claras as atribuições consulares, apenas 28,1% dos respondentes afirmou que sim. Adicionalmente houve falas sobre a falta de clareza e informações precisas tanto nas entrevistas como na questão aberta. Concomitantemente, clareza foi a palavra menos associada aos consulados dentre um total de 9 opções.

Já a segunda parte da afirmação constante na hipótese, referente ao relacionamento e imagem dos consulados se mostrou verdadeira, uma vez que a imagem do consulado foi majoritariamente associada a termos negativos, o que torna-se ruim para o órgão. Identificamos, ainda, uma baixa adesão aos eventos e um quase completo desconhecimento sobre os conselhos de cidadãos. Não se pode, entretanto, ignorar as muitas falas positivas que elogiaram o trabalho dos consulados e que inclusive ponderavam sobre as dificuldades de solução das demandas dos cidadãos brasileiros no Japão, seja pela falta de funcionários ou por comportamentos que deveriam ser evitados pelos usuários.

A penúltima hipótese, derivada da segunda, afirmava que parte da imagem negativa dos consulados é resultado da sua situação objetiva – falta de recursos humanos e financeiros, imbrólios políticos, distância das cidades onde moram os brasileiros etc. Essa hipótese se mostrou verdadeira e, inclusive, percebeu-se a ciência do público-alvo dos consulados. Mas cabe aqui uma reflexão sobre o quanto do impacto dessas limitações na qualidade do atendimento poderia ser minimizado por meio de esforços de comunicação e estratégias de Relações Públicas voltadas tanto ao público interno como o externo. Por meio das falas e dos dados, por exemplo, ficou claro que há indivíduos que vão ao consulado sem antes buscar por informações em canais oficiais referentes ao serviço desejado, o que pode ocasionar maior incidência de retorno e contribuir para a lotação e demora no atendimento. Desse modo, é possível inferir que a melhora na comunicação poderia minimizar o problema objetivo da falta de funcionários e diminuir a demora.

Corroborando com os dados acima o fato de encontrarmos, ainda, um grande número de falas e dados que delatam rispidez no atendimento, má vontade e falta de respeito. Esses pontos, primeiro de tudo, inviabilizam uma imagem positiva e um bom relacionamento com os consulados, além de serem sintomáticos de problemas organizacionais que poderiam ser estudados e trabalhados a partir das Relações Públicas. Mas, novamente, a melhora na comunicação já poderia contribuir, uma vez

que os cidadãos iriam menos e mais informados aos guichês de informações ou ao telefonarem já poderia diminuir a sobrecarga dos funcionários e o estresse mútuo.

Em relação à quarta hipótese, esta afirmava que os cidadãos brasileiros não demonstram muito interesse em relacionarem-se com os consulados, exercerem sua cidadania ou participarem ativamente da sociedade japonesa, o que faz com que as funções cartoriais dos consulados sejam as que mais importam para a comunidade em questão. Apesar de as duas afirmações se mostrarem corretas – a primeira parcialmente e a segunda integralmente e apoiada por dados objetivos – ela foi construída com uma relação de causa e efeito entre as duas afirmações que aparentemente não se sustenta. Durante todo o nosso processo de pesquisa junto a comunidade, essa se mostrou muito participativa e disposta a discutir o tema do trabalho, opinarem e sugerirem. Isso faz parecer que o problema não seria a falta de interesse dos brasileiros no Japão em exercerem a sua cidadania. Por outro lado, ficou clara uma imagem não positiva dos consulados e pouco desejo ou oportunidade de relacionamento com essa instituição. Algumas das situações de atendimento desrespeitoso relatadas são bastante graves e inaceitáveis para uma instituição pública. Sem dúvida, esse tipo de problema é um empecilho ao bom relacionamento. Portanto, é mais provável que a imagem negativa e o mal atendimento nos consulados tenham mais relação com a não adesão aos serviços não imprescindíveis, lê-se os cartoriais, do que a falta de interesse da comunidade.

Um dos achados interessantes em termos de comunicação, foi a grande utilização dos websites, talvez até pela grande quantidade de informações organizadas que estes disponibilizam, em comparação com as redes sociais digitais. A busca por informação por meio do atendimento telefônico e presencial também se mostrou alta. É possível que a coloquialidade dessas modalidades sejam um diferencial positivo⁴³. Nesse caso, investir em mais qualidade no atendimento telefônico pode ser uma alternativa eficiente e que evita, pelo menos em alguns casos, a visita ao consulado.

Iniciamos esse trabalho com um olhar bem focado à recepção, ou seja, no público-alvo das ações consulares. A partir desse ponto, os principais e mais graves problemas no nosso ponto focal - diagnóstico da imagem e relacionamento dos

⁴³ Nesse sentido, Costa (2007), sobre a dificuldade de domínio da linguagem formal observado nos balcões de atendimento dos consulados brasileiros no Japão.

consulados brasileiros no Japão – estão claramente ligados com problemas no atendimento, e esses, como já vimos com base em Gonçalves (2002), são a forma visível de problemas da organização.

Dessa forma, concluímos essa pesquisa constatando a necessidade de outros avanços na área, que por sua vez possa ajudar a entender as seguintes questões: 1) Os funcionários dos consulados sabem quais as dificuldades e necessidades dos usuários que atendem? 2) O que falta para que possam entregar o resultado que lhes é esperado? Com as respostas dessas perguntas, somadas às obtidas na presente pesquisa, é possível apontar um caminho para a solução de muitos problemas. Por meio de nosso mapeamento, ficou claro que muitos esforços, não apenas comunicacionais, já vêm sendo engendrados e merecem ser reconhecidos. Entretanto, o ponto de vista da recepção é capaz de apontar problemas com precisão e indicar possíveis soluções, mais efetivas e até simples para problemas complexos.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, P.K.; ALMADA, M.P. E-Transparência: proposta de modelo metodológico para a avaliação de portais de executivos nacionais. Trabalho apresentado ao GT de Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura, no 38o Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, Minas Gerais, 2014. Disponível em: < <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/19601>>. Acesso em: 18 de novembro de 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DEKASSEGUIS (ABD), Curitiba 2019. Não paginado. Disponível em: <<http://www.abdnet.org.br/index.php>>. Acesso em: 21 de abril de 2019.
- BABBIE, Earl. Métodos de pesquisa survey. 1.ed. Belo Horizonte, MG: Edições BACCEGA, M. A. Recepção: nova perspectiva nos estudos de Comunicação. Comunicação & Educação, n. 12, p. 7-16, 30 ago. 1998.
- BARBERO, M. J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In. SOUSA, W. M. (Org.) Sujeito: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- BELTRÃO, K. I., SUGAHARA, S. Permanentemente temporário: Dekasseguis Brasileiros no Japão. Texto da Associação Brasileira de Dekasseguis, 2006. Revista Espaço Acadêmico, - Ano II - N° 15 - agosto de 2002 – Mensal – ISSN 1519.6186. Disponível em : <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/37974/21389>>. Acesso em 2 de abril de 2019.
- BRANDÃO, E. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRASIL, cidadania e justiça. 2017. Não paginado. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2009/11/a-embaixada-e-a-presenca-oficial-de-uma-nacao>> Acesso em 7 de maio de 2019.
- BRASIL, Ministério das Relações Exteriores, Manual do Serviço Consular e Jurídico. Não paginado. Disponível em: <http://www.abraphe.org.br/arquivos_pdf/manualconsular.pdf>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2019.
- BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. Portal Consular. Disponível em < <http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br/solicitando-assistencia>>. Acesso em 7 de maio de 2019.
- BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. Portal Consular. Não paginado. Disponível em < <http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br/images/organograma.pdf>>. Acesso em 19 de maio de 2019.

BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. Portal Consular. Não paginado. Disponível em: <<http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br>> Acesso em 7 de maio de 2019.

BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. Subsecretaria-geral das Comunidades Brasileiras no Exterior, 2012, P. 97, decreto nº 61.078, de 26 de julho de 1967 que promulgou a convenção de Viena sobre relações consulares. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D61078.htm>. Acesso em: 05 de março de 2019.

BRASIL. Jusbrasil, Decreto Lei nº 2.848 de 07 de dezembro de 1940. <<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10612454/artigo-206-do-decreto-lei-n-2848-de-07-de-dezembro-de-1940>>. Não paginado. Acesso em: 25 de abril de 2019.

CANTON, MARISA. Evento: da Proposta ao Planejamento. Turismo em Análise, São Paulo, maio, 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63328/66095>>. Acesso em 24 de setembro de 2019.

CARVALHO, Roosivelt Figuerêdo de; TORRES, Mirtes Vitoriano. SAC 2.0 e Relações Públicas: Nova Era na Interação entre Empresa e Consumidor. In. XVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN, 2015.

CIATE, Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior. Não paginado. Disponível em <<http://www.ciate.org.br>> Acesso em 27 de abril de 2019.

CONSULADO GERAL DO JAPÃO EM CURITIBA. Curitiba, 2019. Não paginado. Disponível em: <https://www.curitiba.br.emb-japan.go.jp/doc_p.html>. Acesso em: 24 de abril de 2019.

CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM TÓQUIO, 2019. Não paginado. Disponível em: <<http://cgtoquio.itamaraty.gov.br/pt-br/Main.xml>>. Acesso em 8 de maio de 2019. contribuição para a efetividade organizacional e societal. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 67-92, 1o. sem. 2003.

COSTA, J. P. C., De dekassegui a emigrante. Brasília, Fundação Alexandre Gusmão, 2007.

COSTA, V. J.R. (Org.). Comunicação de Interesse Público: ideias que movem pessoas e fazem o mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

DIPLOMACIA CONSULAR, 2007 a 2012 / Ministério das Relações Exteriores; - Brasília, Fundação Alexandre de Gusmão, 2012. 176 p.: il. Disponível em: <http://funag.gov.br/biblioteca/index.php?route=product/product&product_id=851&se_arch=DIPLOMACIA+CONSULAR> Acesso em 22 de fevereiro de 2019.

DISCOVER NIKKEI. Não paginado. Disponível em <<http://www.discovernikkei.org/pt/about/what-is-nikkei>>. Acesso em 21 de abril de 2019.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J. (org.); BARROS, A. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação, São Paulo: Atlas 2012, 2 ed.

DUARTE, M. Y. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, M.Y.M. Estudo de caso. In: DUARTE, J. (org.); BARROS, A. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação, São Paulo: Atlas 2012, 2 ed.

FARIA, A. M. Imprensa e interesse público. In: DUARTE, J. (org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009.

Ferreira, W. (1997). Evento como veículo de comunicação dirigida aproximativo. *Revista Turismo Em Análise*, 8(1), 13-17. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v8i1p13-17>>. Acesso em 25 de setembro de 2019.

FRANCO, M. Linguagens audiovisuais e cidadania. *Comunicação & Educação*, n. 9, p. 32-35, 30 ago. 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36302>>. Acesso em 22 de setembro de 2019.

GENTILLI, V. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. *Famecos*, Porto Alegre, nº 19, dez. 2002. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3184/2451>>. Acesso em: 23 mai. 2019.

GODINHO, F. 2006, Coleção para entender: A proteção internacional dos direitos humanos.

GONÇALVES, M. E. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0043628.pdf>>. Acesso em 21 de setembro de 2019.

GONÇALVES, M. R. Atendimento ao Público via Internet: Utilidade e Usabilidade de Web Sites para os Usuários, 2002. Disponível em: <<http://ergopublic.com.br/arquivos/1252865131.27-arquivo.pdf>> Acesso em: 23 de setembro de 2019.

GRADILONE, E. Uma política governamental para as comunidades brasileiras no exterior. I Conferência sobre as comunidades brasileiras no exterior. Rio de Janeiro, 17 e 18 de julho 2008.

GRUNIG, J. E. A função das relações públicas na administração e sua

GRUNIG, J.E.; FERRARI, M.A.; FRANÇA, F. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora. 2009.

GUNTHER, H. Como Elaborar um Questionário, 2003, Série: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, Nº 01. Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental.

HALL, S. Da diáspora: Identidade e mediações culturais. SOVIK, L. (org.), Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. 434p.

HASWANI, M. F. Comunicação Governamental: Em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. *Organicom*, ano 3, n. 4, 1o semestre de 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138909/134257>>. Acesso em 22 mai. 2019.

HATANO, L. 2008. "Educação de Crianças Brasileiras no Japão". Texto disponível no site da I Conferência "Brasileiros no Mundo", Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Disponível em: <http://funag.gov.br/biblioteca/download/457-Brasileiros_no_Mundo_-_Textos_de_Apoio.pdf>. Acesso em 25 de abril de 2019.

IASBECK, L. C. A. Método Semiótico. In: DUARTE, J. (org.); BARROS, A. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação, São Paulo: Atlas 2012, 2 ed.

ITAMARATY, Brasileiros pelo Mundo, estimativas populacionais das comunidades brasileiras pelo mundo. Não paginado. Disponível em: <<http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/a-comunidade/estimativas-populacionais-das-comunidades/estimativas-populacionais-brasileiras-mundo-2014/Estimativas-RCN2014.pdf>>. Acesso em: 18 de março de 2019.

KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito. In. MATOS, H. (Org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012.

KOZINETS, R. V. Netnography 2.0. In: R. W. BELK, Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing . Edward Elgar Publishing, 2007.

KUNSCH, M.M.K. Sociedade civil, multidadania e comunicação social. In. KUNSCH, M. M. K. (Org.); KUNSCH, W. L. (Org.). Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

LIPPMANN, W. Public Opinion, New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. Disponível em: <<https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/2429/2487430/pdfs/lippmann.pdf>>. Acesso em 23 mai. 2019.

LOPES, C. M. S. Direito de imigração: o Estatuto do Estrangeiro em uma perspectiva de direitos humanos / Cristiane Maria Sbalqueiro Lopes. - Porto Alegre: Núria Fabris Ed., 2009.

MACHADO, N. Identidade e Imagem: elementos formadores de reputação. In. DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (ORG.). Relações Públicas: Quem sabe, faz e explica. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

MAINIERI, T.; ROSA, E. C. F. Comunicação pública, cidadania e democracia: algumas reflexões. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.1, p.192-206, jan./abr. 2012. Disponível em: <<https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/307/306>>. Acesso em: 23 mai. 2019.

MARTINO, L.: Teorias das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes e Redes. Vozes, Petrópolis (BR), 2014.

MILANEZ, L. C. B. M. Brasileiros no Exterior - Nova Agenda de Política Externa Brasileira e de Pesquisa na Academia Brasileira de Relações Internacionais. Conjuntura Austral, v. 3, n. 13, 2012. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/ConjunturaAustral/article/view/30169/20277>>. Acesso em 19 de maio de 2019.

MINISTÉRIO DE RELAÇÕES EXTERIORES DO JAPÃO. Não paginado. Disponível em: <<https://www.mofa.go.jp/>>. Acesso em: 5 de março de 2019.

MOTTA, G. da S.; NASCIMENTO, D.R.L. do. Qualidade em serviços de atendimento ao consumidor (sac): uma avaliação utilizando a escala serqual e os critérios do inmetro. Gestão.org – Vol. 9, No. 3 p. 565 - 584, set./ dez. 2011 Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3895889>> Acesso em 17 de setembro de 2019.

NINOMIYA, M.; TANAKA, A. C. Uma visão sobre o direito do trabalho no Japão. Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, v. 94, p. 163-179, 1 jan. 1999.

NOVELLI, A. L. R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J. (org.); BARROS, A. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação, São Paulo: Atlas 2012, 2 ed.

OKAMOTO, M. S. A Educação Ultracionalista Japonesa no Pensamento dos Nipo Brasileiros. Hist. Educ. (On-line) Porto Alegre v. 22 n. 55 maio/ago. 2018 p. 225-243 – DOI. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/2236-3459/80207>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2019.

OLIVEIRA, M. J. C. Relações públicas e as questões sociais nos três setores da sociedade. In. KUNSCH, M. M. K.(Org.); KUNSCH,W. L.(Org.). Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

PINTO, Meyre Eiras de Barros. Concepções de velhice e cuidado em tres gerações de origem nipo-brasileira. 286f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, SP. 1997. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/252487>>. Acesso em: 25 abril 2019.

PÓREM, E. M.; GUARALDO, T. de S.B. O papel do relações-públicas no planejamento estratégico sob a ótica das teorias consequencialistas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Nº 10, 2015, p.189-212. Disponível em: <<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/download/354/212>> . Acesso em: 30 maio. 2019.

RIOS-ELLIS, B., BELLAMY, L., & SHOJIC, J. (2000). An Examination of Specific Types of Ijime within Japanese Schools. *School Psychology International*, 21(3), 227–241. Disponível em: < <https://doi.org/10.1177/0143034300213001>>. Acesso em 19 de abril de 2019.

ROSSINI, R. E. O Brasil no Japão: A Conquista do Espaço dos Nikkeis do Brasil no Japão, XIV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP, Caxambú, MG – Brasil, de 20- 24 de setembro de 2004. Disponível em: <<http://www.abep.org.br/publicacoes/index.php/anais/article/viewFile/1293/1257>> Acesso em 27 de abril de 2019.

ROTHBERG, DANILO; da SILVA VALENÇA, Amanda. Comunicação pública para cidadania no avanço das redes sociais oficiais. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, [S.l.], v. 13, n. 26, dez. 2014. ISSN 2175-4977. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/11044>>. Acesso em 22 setembro 2019.

SAKURAI, C. Imigração tutelada: os japoneses no Brasil. Campinas, 2000. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) — Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/280717>>. Acesso em 26 de fevereiro de 2019.

SASAKI, E. 1998, Dekasseguis: a questão da identidade dos migrantes brasileiros descendentes de japoneses no Japão, XXII Encontro Anual da ANPOCS - Caxambu (MG), 27 a 31 de outubro de 1998. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/22-encontro-anual-da-anpocs/gt-20/gt09-11/5104-capuano-sasaki-dekasseguis/file>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2019.

SASAKI, E. 2009, Um Olhar sobre o ‘Movimento Dekassegui’ de Brasileiros ao Japão no Balanço do Centenário da Imigração Japonesa ao Brasil. Disponível em: <https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/BRMundo/pt-br/file/ELISA_SASAKI_2009_texto_balanco_mov_dk_no_centenario__revisado_.pdf>. Acesso em 11 de fevereiro de 2019.

SASAKI, E. A imigração para o Japão. *Estud. av.*, São Paulo, v. 20, n. 57, p. 99-117, agosto de 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-0142006000200009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 21 março de 2019.

SASAKI, E. M. (1998), “Dekasseguis: Migrantes Brasileiros no Japão”. *Anais do XI Encontro Nacional de Estudos Populacionais da ABEP*, pp. 577-603.

SILVA, E. C. G. da; SPÉCIE P.; VITALE, D. Um novo arranjo institucional para a política externa brasileira. Brasília, DF: CEPAL. Escritório no Brasil/IPEA, 2010. (Texto para Discussão CEPAL-IPEA, 3). Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2985/1/TD_1521.pdf>. Acesso em 7 de maio de 2019.

SILVA, M. B. R. O evento como estratégia na comunicação das organizações: modelo de planejamento e organização. EAD IFFluminense, 2008. Disponível em: <http://ead2.iff.edu.br/pluginfile.php/26430/mod_resource/content/2/Modelo%20de%20planejamento%20de%20eventos.pdf>. Acesso em 24 de setembro de 2019.

SILVA, S.T. M. da. Teorias da comunicação nos estudos de relações públicas, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. 102 p.

SILVA, T. (Org.). Identidade e diferença, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000, p. 73-102.

SOUZA, M. C., 1942. A Ofensiva Japonesa no Brasil. Aspecto Social, Econômico e Político da Colonização Nipônica. Porto Alegre.

SUAREZ, A. A.; ZUÑEDA, C. C., Comunicaciones públicas: el modelo de la comunicación integrada. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial, 1999.

TONGU, É. A. S., Migrações, processo educacional e os dekassegui: um estudo da rede de relações em torno da criança Nikkei na escola brasileira no Japão. São Paulo: USP, 2010, Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-05082010114453/publico/ERICA_AYACO_SACATA_TONGU.pdf> Acesso em: 06 de maio de 2019.

WAKISAKA, K. (coord). Michaelis: dicionário prático japonês-português, Aliança Cultural Brasil-Japão/ Melhoramentos, 2003

WALDEMAR, L.(Orgs.). Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

WEBER, M. H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. ECO-Pós, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p.11-26. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/download/929/869>. Acesso em: 25 mai. 2019.

WEINER, M. 2009, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data Japan's minorities: the illusion of homogeneity. 2p. ed. DISPONÍVEL EM: <http://ebooks.bharathuniv.ac.in/gdlc1/gdlc4/Arts_and_Science_Books/arts/political_science/Politics%20Economics%20and%20Law%201/Books/Japans%20Minorities.pdf> Acesso em 7 de abril de 2019.

WINCKLER, S. Igualdade e cidadania em Hannah Arendt. Direito em Debate, ano XII nº 22, jul./dez. 2004, p. 7-22. Disponível em

<<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate/article/view/711/434>>. Acesso em 23 mai. 2019.

WOORTMANN, E. F. “Japoneses No Brasil/Brasileiros No Japão: Tradição e Modernidade.” *Revista De Antropologia*, vol. 38, no. 2, 1995, pp. 7–36. JSTOR. Disponível em: < www.jstor.org/stable/41616168>. Acesso em 2 de março de 2019.

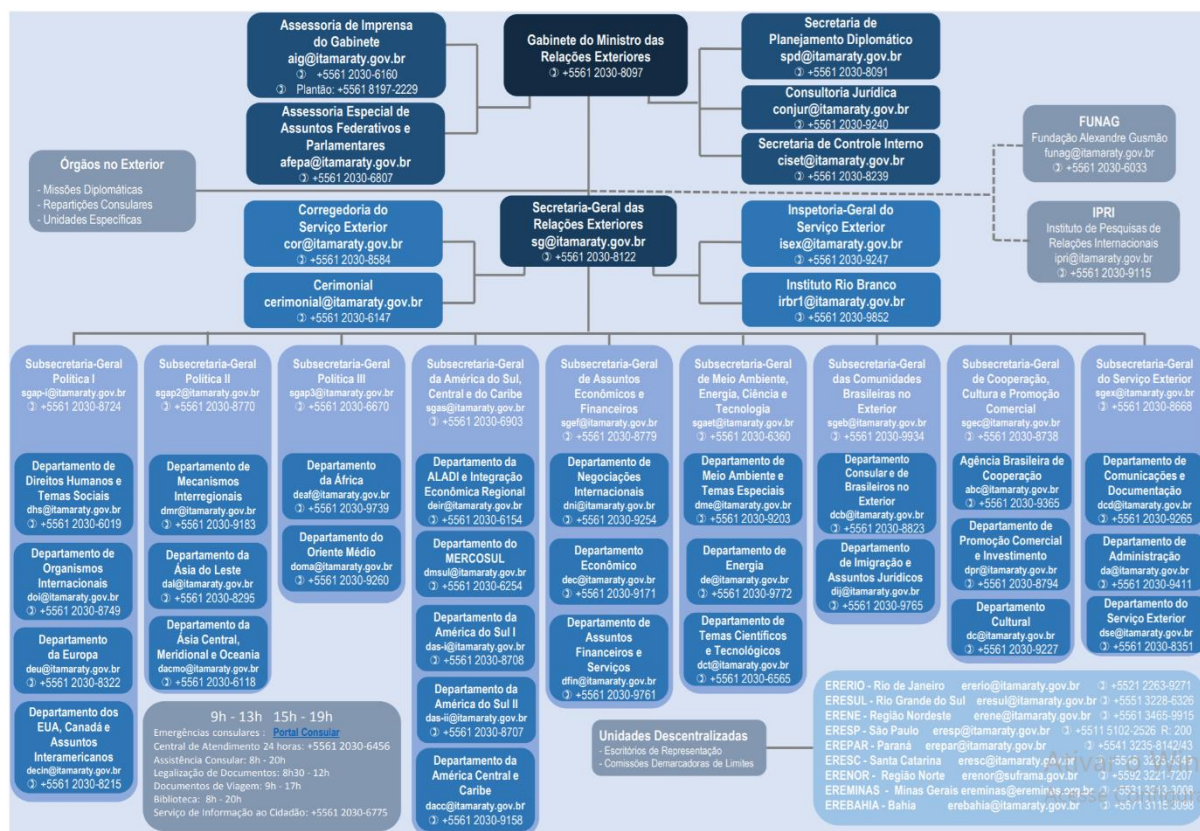
YAMANAKA, K. Return Migration of Japanese-Brazilians to Japan: The Nikkeijin as Ethnic Minority and Political Construct, *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, Volume 5, Number 1, Spring 1996, pp. 65-97 (Article) DISPONÍVEL EM: <<https://muse.jhu.edu/article/411229/pdf>>. Acesso em 17 de abril de 2019.

YIN, Robert K. *Estudo de caso – planejamento e métodos*. (2Ed.). Porto Alegre: Bookman. 2001.

YOSHIKAZU, Y. Os Adolescentes Brasileiros no Japão: O problema do sistema educacional, 2001. Disponível em: <[http://www.lakis.or.kr/upload/userFile/2010/10/18/5._Yoshikazu_Yamochi,_Os_adol escentes_brasileiros_no_Japao_-_o_probllema_do_sistema_educacacional_-__.pdf](http://www.lakis.or.kr/upload/userFile/2010/10/18/5._Yoshikazu_Yamochi,_Os_adol_escentes_brasileiros_no_Japao_-_o_probllema_do_sistema_educacacional_-__.pdf)>. Acesso em 06 de maio de 2019.

ZÉMOR, P. As formas da comunicação pública. In: DUARTE, J. (org). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, 2009.

ANEXO 1 - ORGANOGRAMA MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES



FONTE: Itamaraty, Portal Consular (2019).

ANEXO 2 - PRINCIPAIS MUDANÇAS NO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES POR GESTÃO

Principais mudanças Gestão MRE	Relação entre MRE, missões diplomáticas e consulares	Organização interna do MRE	Recursos humanos
José Bonifácio (1822)	Criou uma estrutura básica material e de pessoal para fins de assessoramento e formou o tripé em que até hoje se apeia o Itamaraty: Secretaria de Estado, Missões Diplomáticas e Repartições Consulares.	Desmembramento da Secretaria dos Negócios Estrangeiros da Secretaria da Guerra, levando a uma maior especialização de cada um dos assuntos. <u>Repartição dos Negócios Estrangeiros.</u>	
Aureliano de Souza e Oliveira Coutinho, Visconde de Sepetiba (1833-1834)	Primeiro Regimento ou Sistema Consular do Brasil e o Primeiro Regimento das Legações, que fixam normas de conduta e princípios da diplomacia nacional.		
Aureliano de Souza e Oliveira Coutinho, Visconde de Sepetiba (1840-1842)		Primeiro Regulamento da Secretaria de Estado (RSE) – dividiu a repartição de acordo com critérios geográfico (três seções) e funcional (uma seção).	Instituiu o concurso público de habilitação para a seleção de funcionários e ascensão na carreira. ²²
Paulino José Soares de Souza (1849-1853), Visconde do Uruguai	Decreto que fixou o número e as categorias das missões diplomáticas.		
Principais mudanças Gestão MRE	Relação entre MRE, missões diplomáticas e consulares	Organização interna do MRE	Recursos humanos
José Maria da Silva Paranhos, Visconde de Rio Branco (1858-1859)		Regulamento Paranhos (reforma a estrutura do órgão). Aquisição de uma sede própria.	Aumento do número de pessoal lotado. Atualização dos vencimentos. Criação do cargo de consultor.
José Maria da Silva Paranhos Jr, Barão do Rio Branco (1902-1912)	1905 – primeira embaixada brasileira (em Washington). Ampliação da rede consular (entre 1905 e 1911 foi ampliada em 25 novos consulados). Diplomatas em caráter permanente em quase todos os países latino-americanos.	1906 – aprovado o Regulamento Rio Branco para a Secretaria de Estado das Relações Exteriores, que amplia as funções do gabinete do ministro e determina a existência de cinco seções: protocolo; negócios políticos e diplomáticos; negócios consulares; contabilidade; e arquivo.	
Lauro Muller (1912-1917)		Ampliação dos serviços da Secretaria de Estado e adoção da combinação de critérios funcional e geográfico para novos órgãos.	Número de funcionários quase dobrou.
Nilo Peçanha (1917-1918)		Crescimento dos setores econômico e comercial do MRE (busca de novos mercados).	
Azevedo Marques (1919-1922)	Estruturação do corpo diplomático e do corpo consular.		
Otávio Mangabeira (1926-1930)	Regulamentou os serviços existentes e implantou serviços novos, além de reformar e melhorar as instalações do corpo diplomático.		
Afrânio de Mello Franco (1930-1933)	Introdução de inovações na organização e na estrutura de todo o ministério e não somente na Secretaria de Estado (início da construção do "Itamaraty moderno"). Tratamento conjunto das três carreiras (Secretaria de Estado, Corpo Diplomático e Corpo Consular) e estabelecimento da rotatividade entre Secretaria e exterior, diminuindo a lacuna quando cada carreira valorizava apenas um aspecto do serviço exterior (a primeira muito administrativa e voltada para o ambiente interno, as duas últimas muito desnacionalizadas, sendo a última até então com atenção para questões econômicas e comerciais), ampliação e aperfeiçoamento dos órgãos do MRE destinados ao comércio exterior, aos assuntos consulares e à política de imigração. Primeira Comissão de Promoções e Remoções em direção à uma carreira mais meritória.		
Oswaldo Aranha (1938-1945)	Fusão das carreiras consular e diplomática em uma única. Criação do Instituto Rio Branco (IRB) em 1945. Escola para diplomatas, lembrando de certo modo o treinamento dos militares pela Escola Superior de Guerra (ESG), com concurso para ingresso, trazendo democratização e burocratização e acarretando heterogeneidade do quadro de origem dos diplomatas.		

Principais mudanças Gestão MRE	Relação entre MRE, missões diplomáticas e consulares	Organização interna do MRE	Recursos humanos
João Neves da Fontoura (1951-1953)	Criação da Comissão Alencastro Guimarães e, posteriormente, a Comissão Leitão da Cunha. Os trabalhos de ambas as comissões resultaram em uma série de determinações para a reforma do MRE que integraram um relatório final em 1953. Embora esse relatório não tenha se convertido em lei, suas orientações foram sendo utilizadas em portarias.		
Negrão de Lima (1958-1959)	Criação do Serviço de Relações com o Congresso, para estreitar o contato com as Comissões de Relações Exteriores do Senado e da Câmara dos Deputados.		
Afonso Arinos de Melo Franco (1961)	Principal reforma realizada no Itamaraty até então (reorganização do MRE). Melhor coordenação na estrutura do MRE, bem como a distribuição mais racional do trabalho. Criação da Comissão de Coordenação da Política Econômica Exterior, presidida pelo MRE, mas composta por diversos ministérios, bancos públicos e outros órgãos do Estado.		
Juracy Magalhães (1966-1969)	Reforma do MRE para atender aos interesses do comércio exterior para realizar com mais eficiência a promoção comercial.		
Magalhães Pinto (1967-1969)	Aprovado o Regimento Interno da Secretaria de Estado (Rise), a qual passa a ser dividida em seções geográficas e funcionais (temáticas).		
Mario Gibson Barbosa (1969-1974)	Mudança do Itamaraty para Brasília, o que leva à adoção de medidas destinadas à modernização de sua estrutura.		Criação do cargo de conselheiro (1973).
Saraiva Guerreiro (1979-1985)	Classificação dos consulados-gerais em dois tipos: de primeira e de segunda classe.	Criação de cinco novos departamentos vinculados à Secretaria-Geral. Descentralização das funções da Secretaria-Geral. Criação de quatro subsecretarias-gerais.	
Francisco Rezek (1990-1992)	Criação de três secretarias-gerais. Criação do Departamento de Meio Ambiente. Priorização das questões de integração regional via Mercado Comum do Sul (Mercosul).		
Celso Lafer (1992)	Retorno a uma única Secretaria-Geral de Relações Exteriores. Introdução de duas subsecretarias-gerais para temas econômicos. Criação de novas unidades temáticas (ambientais, econômicos, comerciais e integração).		

Principais mudanças Gestão MRE	Relação entre MRE, missões diplomáticas e consulares	Organização interna do MRE	Recursos humanos
Fernando Henrique Cardoso (1992-1993)		Unificação da Subsecretaria-Geral de Assuntos Econômicos (SGAC) e a Subsecretaria-Geral de Integração, Promoção Comercial e Cooperação (SGIC). Criação da "Comissão de Aperfeiçoamento da Organização e das Práticas Administrativas" do Itamaraty (Caopa).	
Luiz Felipe Lampreia (1995-2001)		Criação do Departamento de Direitos Humanos e Temas Sociais (DHS). Criação da Divisão de Desarmamento e Tecnologias Sensíveis (DDS). Criação da Coordenação-Geral de Planejamento Estratégico (CGPE).	
Celso Lafer (2001-2002)		Desmembramento da Subsecretaria-Geral de Assuntos Políticos (SGAP) em Subsecretaria-Geral de Assuntos Políticos Bilaterais (SGAP) e Subsecretaria-Geral de Assuntos Políticos Multilaterais (SGAM). O Departamento de Meio Ambiente e Temas Especiais (DTE) passou a contar com a nova Divisão de Política Ambiental e Desenvolvimento Sustentável (DPAD). Restauração da Coordenação de Acompanhamento de Mecanismo Político Multilaterais (CAM). Criação de novas unidades no Departamento Econômico (organizações econômicas; acesso a mercados; propriedade intelectual; e defesa comercial e salvaguardas) entre outras.	
Celso Amorim (2003 -)	Reformulação da rede consular	Criação da Coordenação-Geral de Ações Internacionais de Combate à Fome (CGFOME). Criação da Direção-Geral Cultural (DG), com a nova Divisão de Promoção da Língua Portuguesa (DPL). Criação da Subsecretaria-Geral da América do Sul.	

Fonte: I. Spécie, Priscila II. Vitale, Denise III, 2010, com base em dados de Flávio M. O. Castro (1983), Flávio M. O. Castro e Francisco M. O. Castro (2009) e Cheibub (1985; 1989), citado por Silva; Spécie e Vitale 2010.

ANEXO 3 - EXEMPLOS DO QUE COMPETE /NÃO COMPETE AUXÍLIO DO CONSULADO À BRASILEIRO NO EXTERIOR

- proteger e prestar assistência aos cidadãos brasileiros em sua jurisdição, respeitando-se os tratados internacionais vigentes e a legislação do país estrangeiro;
- expedir passaportes e outros documentos de viagem;
- emitir vistos de entrada no território brasileiros para cidadãos estrangeiros;
- agir na qualidade de notário e oficial do registro civil, realizando registros de nascimento, casamento e óbito, emitindo procurações, atestados e outros atos notariais;
- efetuar a matrícula consular;
- realizar alguns atos próprios do Serviço Militar;
- permitir o exercício do direito de voto do cidadão e outros serviços que a legislação eleitoral determinar;
- encaminhar processos de perda e de reaquisição de nacionalidade brasileira;
- oferecer pequenos auxílios financeiros a brasileiros que estejam comprovadamente desvalidos no exterior;
- custear passagens de repatriação de brasileiros que queiram retornar definitivamente ao Brasil, desde que cumpridos os requisitos legais;
- defender nacionais brasileiros de discriminação e assegurar a garantia de seus direitos humanos;
- verificar a possibilidade de oferecer orientação jurídica ou psicológica a nacionais;
- visitar brasileiros detidos em outros países;
- omitir-se de notificar as autoridades locais de eventual irregularidade no status migratório de cidadãos brasileiros
- elaborar planos de contingência para eventuais catástrofes naturais ou tensões sociopolíticas.

Ao passo que são impedidos de atuar nos casos que seguem:

- emitir quaisquer documentos em desacordo com a legislação brasileira ou com a legislação local;
- emitir Carteira de Identidade (competência das Secretarias de Segurança Pública), Registro Nacional de Estrangeiro (Polícia Federal), Carteira Nacional de Habilitação (DETRAN ou DENATRAM), atestado de bons antecedentes (Polícia Federal ou Secretarias de Segurança Pública);
- ser parte ou procurador em processos judiciais envolvendo cidadãos brasileiros;
- tornar cidadãos brasileiros imunes à legislação migratória de outros países;
- interferir em processos de solicitação de visto junto a Embaixadas ou Consulados em outros países;
- se responsabilizar por contratos, dívidas ou despesas de qualquer natureza de brasileiros no exterior;
- interferir em questões de direito privado, como direitos do consumidor ou questões familiares;
- acelerar o trâmite de processos judiciais de brasileiros no exterior;
- interferir em caso de denegação de entrada em outros países;
- traduzir documentos ou atuar como intérprete;
- remarcar voos ou recuperar bagagem extraviada;

- custear despesas médicas ou advocatícias de nacionais no exterior;
- oferecer empréstimos a brasileiros;
- investigar, por conta própria, crimes ou desaparecimentos;
- oferecer refúgio ou hospedagem gratuita no local da Repartição, a não ser em situação de comprovada calamidade;
- oferecer alimento, a não ser em situação de comprovada necessidade;
- organizar viagens de nacionais brasileiros a outros países;
- interferir para libertar cidadãos brasileiros detidos;
- agir em desacordo à legislação local ou a decisões judiciais (brasileiras ou estrangeiras);
- ser conivente com subtração internacional de menores, ainda que em favor de genitor brasileiro;
- divulgar informações não-autorizadas do paradeiro de brasileiro maior de idade sem sua expressa autorização ou do brasileiro menor de idade ou incapaz sem autorização de seus responsáveis legais.

FONTE: Portal Consular, Ministério das Relações Exteriores, não paginado (2019).

ANEXO 4 - QUESTÕES NORTEADORAS DAS ENTREVISTAS

- 1- Está há quanto tempo no Japão?
- 2- Com quem mora, quantas pessoas trabalham na casa?
- 3- Qual foi o motivo pelo qual veio ao Japão?
- 4- Você já precisou dos serviços do consulado? Com que frequência e para quais assuntos?
- 5- Como você entrou em contato com eles?
- 6- Como foi a sua experiência? qualidade do atendimento/clareza das informações / agilidade
- 7- Nesse tempo vivendo no Japão, você já se sentiu injustiçado? Alguma situação que não aconteceria se você fosse japonês?
- 8- (se sim para a pergunta anterior) o que você fez nessa situação? Procurou o auxílio de alguém ou algum órgão?
- 9- Quais você acredita serem as funções dos consulados?
- 10- Você já ouviu falar do conselho de cidadãos brasileiros no Japão?
- 11- Conhece alguém que recebeu ajuda do consulado em alguma situação (fora questões com documentos)
- 12- Pretende retornar para o Brasil (se sim) previsão e por qual motivo?
- 13- Tem planos de abrir seu próprio negócio?
- Já foi à algum evento promovido pelo Consulado?
- 14- Qual é a sua profissão?
- 15- Qual é o seu grau de escolaridade?
- 16- Tem visto permanente?
- 17- É contratado de empreiteira ou direto da empresa?
- 18- Você fala japonês?

ANEXO 5 - QUESTIONÁRIO APLICADO À COMUNIDADE DE BRASILEIROS NO JAPÃO

Olá!

Me chamo Selena, sou estudante de Comunicação Social na Universidade Federal do Paraná (UFPR) e estou aplicando esse questionário para levantar dados para o meu TCC. Meu trabalho de conclusão de curso envolve o tema da vida dos dekasseguis e seu relacionamento com instituições que atendem esse público no Japão.

O preenchimento do questionário é anônimo e dura em média 7 minutos. É muito importante para a minha pesquisa que brasileiros acima de 15 anos de idade, que moram no Japão, respondam o questionário que produzi.

Ficarei muito grata se você puder responder e compartilhar com outros dekasseguis.

Muito obrigada :)

Bloco I - COTIDIANO DOS BRASILEIROS NO JAPÃO

1. Há quanto tempo você está no Japão?
() há menos de 1 ano - () de 1 a 3 anos - () de 4 a 6 anos - () de 7 a 10 anos -

() de 11 a 20 anos - () há mais de 20 anos
2. Você trabalha fora?
() sim - () não, estou desempregado(a) - () não, escolhi cuidar da casa e/ou dos filhos
3. Na sua casa, moram quantas pessoas?
(alternativas de 1 a mais de 7)

destas, quantas trabalham?
(alternativas de 1 a mais de 7)
4. Você fala o idioma japonês o suficiente para não precisar de tradutor em situações, como por exemplo, uma consulta médica?
() sim - () não
5. Você gostaria de voltar a morar no Brasil?
() sim - () não

6. Se sim, dentro de quanto tempo?

- menos de um ano - dentro de 1 a 2 anos - dentro de 3 a 5 anos
 dentro de 6 a 10 anos - em mais de 10 anos

7. Você tem filhos no Japão em idade escolar?

- sim, não

8. Se sim eles frequentam qual tipo de escola?

- brasileira - japonesa - internacional - não frequentam a escola

9. Quais as principais razões para você ter se mudado para o Japão? Assinale até 3 motivos principais.

- viver em um país mais seguro - melhores oportunidade de trabalho - experienciar a cultura dos meus antepassados - melhores oportunidades de educação - acompanhar algum familiar - outra

10. Quais são as suas principais dificuldades em morar no Japão como um estrangeiro? Assinale até 3 dificuldades mais relevantes.

- idioma - cultura - saudade do Brasil/família - rotina de trabalho - solidão - custo de vida no Japão - vida escolar dos filhos - outra

11. Você já se sentiu injustiçado no Japão, como se você tivesse menos direitos do que um cidadão japonês?

- sim não

Quando isso aconteceu - ou caso isso ocorresse - você buscou/buscaria ajuda?

- não
 sim, no consulado
 sim, na polícia
 sim, com um familiar, amigo ou conhecido
 sim, com a imprensa
 sim, em uma ONG
 sim, na prefeitura
 sim, outro

12. Você tem intenção de abrir o seu próprio negócio ou já é um empreendedor?

- sim, no Brasil - sim, no Japão - não - sim, mas ainda não sei onde

13. Sob qual regime você trabalha? Como funcionário contratado diretamente pela empresa, pela empreiteira ou não possui contrato?

- Contrato com a empresa ou fábrica - Contrato com a empreiteira (terceirizado) - bairto - Autônomo - Não trabalho

BLOCO II - Uso de serviços consulares

14. Você já precisou de algum serviço do consulado?
 sim - não
15. Se sim, qual unidade atende a região onde você mora?
 Nagoia - Tóquio - Hamamatsu
16. Quando você busca alguma informação ou precisa tirar alguma dúvida com os consulados brasileiros no Japão, de qual maneira você prefere acessar tais informações? Caso ainda não tenha necessitado desse tipo de informação, assinale as opções que você escolheria caso precisasse futuramente (pode assinalar várias opções)
- por telefone - por email - por meio de uma visita ao consulado - pelas páginas nas mídias sociais consulares - pelo site do consulado - perguntaria a amigos ou conhecidos
17. Você já buscou atendimento em um consulado itinerante?
 sim - não
18. Quais palavras melhor representam a sua experiência ou sua percepção com os consulados brasileiros no Japão? (pode assinalar até 5 alternativas)
 eficiência - burocracia - simpatia - má vontade - clareza - desorganização - agilidade - demora não sei responder

BLOCO III - A comunicação dos consulados no Japão

19. Assinale o que você acredita ser função dos consulados: (pode assinalar quantas alternativas desejar)
- Regularizar e emitir documentos
 - Possibilitar a quem está no exterior votar nas eleições presidenciais brasileiras
 - Traduzir documentos
 - Oferecer serviços para melhorar a vida da comunidade
 - Orientação a brasileiros detidos no exterior
 - Resolver problemas com o visto japonês
 - Denunciar brasileiros ilegais no Japão
20. Você considera claras as informações sobre as funções dos consulados brasileiros no Japão?
 sim - não não sei
21. Você já foi à algum evento organizado ou divulgado pelo consulado?
 sim, uma vez não sim, mais de uma vez
22. Você conhece o conselho de cidadãos?
 já ouvi falar, mas não sei o que é conheço não
23. Você conhece alguém que seja membro do conselho de cidadãos?
 sim - não

BLOCO IV - IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONDENTES

24. Qual é o seu grau de escolaridade?

- Educação básica (de 1ª a 4ª série)
- Ensino fundamental (de 5ª a 9ª série)
- Ensino médio (de 1ª a 3º ano)
- Nível técnico
- Ensino superior

25. Para atuar na sua função de trabalho, são exigidas quais das seguintes qualificações? (pode assinalar quantas alternativas desejar)

- Carteira de motorista
- Curso técnico
- Domínio do idioma japonês
- Curso superior
- Domínio de outros idiomas ex. inglês
- Nenhuma das anteriores

26. Sexo:

- feminino
- masculino

27. Qual a sua faixa etária (idade)?

- 16 a 20 anos
- 21 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 a 60
- mais de 60 anos

28. Você gostaria de fazer algum comentário, crítica ou sugestão para os consulados brasileiros no Japão?