

Pilares da “Sociedade Bem Informada”



Jornais e revistas

Jornais e revista à venda em uma banca (foto cortesia da AFLO)

Liberdade de expressão e a imprensa estão garantidas pela Constituição do Japão como um direito fundamental humano. O alto índice de alfabetização do Japão associado ao grande interesse popular por notícias têm sustentado o apelo aos meios de comunicação.

Nas últimas décadas, os avanços na computação e nas tecnologias digitais de comunicação têm trazido muitas mudanças às mídias impressas e de transmissão que já existiam, além de criar um novo seguimento nas mídias de massa com o advento da internet baseado na World Wide Web.

Jornais

Foi em 1868 quando notícias impressas começaram a relatar acontecimentos domésticos em Tóquio, Osaka, Kyoto e Nagasaki, embora não tenha sido diariamente. Logo após, em 1871, o primeiro jornal, o *Yokohama Mainichi Shimbun*, foi lançado. Outros surgiram rapidamente. A maioria dos grandes jornais de hoje têm uma história que remonta à década de 1870.

Hoje em dia os jornais são o centro dos grandes conglomerados de comunicação, os quais são geralmente afiliados às redes de televisão, equipes de esporte profissionais, entre outros seguimentos. Em 2011, a média de assinaturas de jornais por residência era de 0,9. Os grandes jornais em geral disponibilizam edições matutinas e vespertinas (exceto aos domingos), sendo que mais de 90% desses jornais são entregues diretamente nos domicílios. Além dos jornais em geral, existem jornais que cobrem esportes, partidos políticos, tablóides, comércio de indústrias específicas e lazer.

Os cinco maiores jornais em circulação correspondem a 50% de todos os jornais vendidos. Em ordem de circulação, são eles: *Yomiuri Shimbun*, *Asahi Shimbun*, *Mainichi Shimbun*, *Nihon Keizai Shimbun* e

Sankei Shimbun. Todas essas organizações matam escritórios no exterior e muitos deles hoje utilizam comunicação via satélite para transmissão de dados digitais que são usados na impressão das edições estrangeiras. Muitas cidades e regiões têm o seu jornal local para cobrirem as suas notícias.

No começo, os jornais eram vendidos em consignação nas livrarias, mas a prática de entrega a domicílio, sistema que teve início em 1903 com o jornal *Hochi Shimbun*, rapidamente se expandiu. Em 2010, 95% dos jornais foram entregues diretamente às residências e escritórios a partir das 19.261 agências de entrega, as quais empregam 391.832 pessoas em todo o país. Em contraste, as vendas em lojas corresponderam a menos de 5%. Outro sistema peculiar do Japão é a nomeação de representantes exclusivos que agem como agentes de distribuição e assinatura dos jornais, prática que se difundiu em 1930 e permanece em vigor até hoje. Esses sistemas sustentam a alta circulação dos jornais no Japão.

Além das organizações que controlam os jornais, duas novas agências, a Kyodo News Service e a Jiji Press, mantêm escritórios no Japão e no exterior e compartilham a cobertura com outras agências de notícias estrangeiras.

O Japão tem três jornais diários em língua inglesa: *The Japan Times*, *The Daily Yomiuri* e o *Internacional Herald Tribune/The Asahi Shimbun*. Alguns jornais estrangeiros imprimem suas edições no Japão, enquanto outros são trazidos por fretamento desde o exterior; eles geralmente podem ser encontrados em hotéis e livrarias, além de algumas bancas em estações ferroviárias e no metrô.

Entretanto, com o crescimento do uso da internet e dos aparelhos de celular, o número de assinaturas dos jornais está em declínio, especialmente entre os jovens. A população do Japão também está com crescimento negativo, o que corrobora nessa queda.

Houve uma redução também no número de propagandas nos jornais, o que forçou a indústria de jornais a repensar o seu negócio e estilo.

Livros e Revistas

Em 2010, aproximadamente 78 mil livros e revistas foram publicados no Japão, em um total de 4,7 bilhões de cópias.

Os livros recém publicados cobrem uma ampla variedade de áreas. Por categoria, ciências sociais e literatura representam, cada uma, cerca de um quinto das publicações, seguidas por artes, tecnologia e indústria, ciência natural, história e livros infantis. Em termos de vendagem, as literaturas populares como novelas de época e de mistérios, as quais são geralmente as favoritas das pessoas com mais idade, superam todos os outros gêneros.

Uma ampla variedade de revistas é publicada no Japão a cada semana ou duas, mensalmente ou trimestralmente. Muitas das revistas são produzidas pelos grandes editores de jornais ou de livros, outras por casas especializadas apenas no setor, por organizações independentes ou por grupos com interesse específico.

As revistas semanais foram publicadas originalmente pelas companhias de jornais, mas os editores de livros apenas entraram no setor a partir de fevereiro de 1956, com o lançamento da *Weekly Shincho*. As revistas semanais têm ampla circulação e fornecem uma alternativa mais elaborada às notícias mais objetivas dos jornais diários. A sua cobertura abrange tudo desde escândalos políticos até focos sobre famosos ou histórias envolvendo o crime. Carinhosamente referido como "jornalismo de guerrilha", frequentemente torna-se necessário defender a liberdade de imprensa conforme garantido pela constituição.

Enquanto revistas em geral, como *Bungei Shunju*, *Chuo Koron*, *Sekai*, e outras publicações mensais consolidadas mantêm uma reputação alta e são lidas por pessoas com maior escolaridade, revistas

sobre moda voltadas para leitoras jovens, como *With and More*, também possuem ampla circulação. Nos anos recentes, as revistas se tornaram mais focadas em seus conteúdos, apelando para grupos etários específicos e pessoas com interesse especializado, como colecionadores, fãs de esporte e usuários de produtos de computação. Refletindo o contínuo envelhecimento da população, o número de novas revistas que visam esse público está em ascensão. Edições japonesas de revistas estrangeiras fazem também parte do mercado como, por exemplo, a versão japonesa da revista *Newsweek*, a qual tem sido publicada desde 1986. Indo na contramão, nos anos recentes várias revistas japonesas lançaram edições no exterior, com o foco principal nas leitoras jovens na China e Coréia do Sul.

Revistas e livros conhecidos como mangás são muito populares entre jovens e adultos. O mercado para o mangá é enorme, representando 24.2% do total de vendas e 39% de todas as cópias vendidas em 2010. Estimulado pela popularidade global das animações japonesas, um número crescente de histórias de mangá em japonês estão sendo traduzidas para outras línguas e publicadas no exterior. A revista mensal norte-americana *Shonen Jump* é um resultado da tradução das histórias da revista semanal japonesa *Shonen Jampu*, a qual tinha, em junho 2010, uma circulação média de 2,9 milhões.

Embora seja ainda pequeno em números absolutos, o mercado eletrônico de livros está crescendo rapidamente. Existem vários provedores que oferecem livros eletrônicos formatados para leitura em computadores, *tablets* e, em 2003, um novo serviço foi introduzido para a distribuição de livros para leitura em aparelhos celular.

Transmissão

As transmissões de rádio começaram em 1926, mas até o final da Segunda Guerra Mundial elas eram monopolizadas pela afiliada do governo Nippon Hoso Kyokai (NHK: Japan Broadcasting Corporation). Uma nova lei sobre transmissões que passou a vigorar a partir de 1950 estipulou que a NHK seria reorganizada como uma organização especial, a qual não seria estatal nem privada. Diferentemente das companhias privadas, as atividades da NHK são sujeitas às restrições do governo. Decisões com relação à programação e outros assuntos são tomados pela Comissão de Gerenciamento, um organismo governamental cujos membros são escolhidos pelo primeiro-ministro após a aprovação da Dieta. A rádio e televisão NHK não transmitem comerciais. Cerca de 98% da receita é obtida por meio de taxas dos espectadores.

A televisão NHK fez a sua estréia em Tóquio em fevereiro de 1953. Em agosto do mesmo ano, o primeiro canal de televisão comercial, afiliado do *Yomiuri Shimbun*, começou as suas transmissões.

Em seus primeiros anos, a televisão era um artigo de luxo que apenas poucos poderiam comprar. Era época em que multidões se reuniam em volta dos aparelhos de TV instalados em frente das estações ferroviárias e em outros locais simplesmente para assistir a lutas de sumo e outros eventos esportivos. Cinco anos após a sua introdução, o número de proprietários de televisões registrado havia ultrapassado a marca de um milhão. Quando a transmissão em cores começou em setembro de 1960, as vendas cresceram rapidamente. Em 1962 o número de aquisições de modelos em branco e preto e em cores aumentou dez vezes, ultrapassando a marca dos 10 milhões – pouco menos da metade do número de domicílios no país. Os Jogos Olímpicos de Tóquio em 1964 aceleraram ainda mais as vendas do aparelho.

Enquanto na década de 1950 os chamados “três tesouros sagrados” dos bens de consumos eram a televisão em branco e preto, a máquina de lavar e a geladeira, os novos “três tesouros sagrados” durante o período de crescimento econômico se tornaram a televisão em cores, o ar-condicionado e o automóvel. As televisões em cores japonesas, reconhecidas pela sua alta qualidade, se tornaram um dos principais produtos de exportação do Japão enquanto a sua tecnologia era aprimorada a cada ano. O Japão também contribuiu para o mundo com novas tecnologias inovadoras, incluindo a transmissão experimental do primeiro sistema de som multiplex, em 1978, e o desenvolvimento da primeira televisão de plasma, em 1992. Hoje o Japão continua na liderança mundial em tecnologias para televisão, incluindo televisões em 3D e telas orgânicas EL.

O desenvolvimento das tecnologias de informação definiu o cenário para as transmissões da mídia e das telecomunicações, os quais até o momento tinham sido dois setores discretos. Um exemplo disso foi o lançamento da "transmissão em 1 SEG", em 2006, o qual permitiu que os espectadores pudessem assistir TV em seus aparelhos de celular.

Transmissão Digital e por Satélite

A transmissão via satélite em larga escala da NHK (BS) começou em 1989 com dois canais. Em 1991, o primeiro canal comercial BS do Japão, chamado WOWOW, foi inaugurado. A transmissão via satélite em formato analógico (CS) começou em 1992, e a transmissão digital CS foi iniciada pela PerfectTV (agora Sky PerfectTV) em 1996. Em dezembro de 2000, a transmissão digital BS começou com dez canais de televisão e com a transmissão de canais rádio e de informações.



*Transmissão digital
(Foto cortesia da Corporação Japonesa de Transmissão)*

A transmissão digital terrestre permite que um grande volume de informações como som, imagem e texto seja transmitido de uma única vez ao comprimir o sinal da imagem ou do som. Isso não apenas melhora a qualidade das funções como a imagem e o som da transmissão analógica como também permite que outros serviços sejam disponibilizados. Além do som e da imagem clara e em alta definição, o padrão japonês ISDB-T (Serviço de Transmissão Integrada Digital - Terrestre) permite a transmissão de textos os quais possibilitam a criação de legendas e informações do tempo e do trânsito; transmissões simultâneas de vários programas em um único canal; televisão interativa e etc. A transmissão de informações em texto permite que espectadores idosos ou com disfunções físicas possam acessar as informações essenciais. A transmissão simultânea permite que os programas gravados e ao vivo sejam transmitidos ao mesmo tempo a partir de uma cabine de transmissão esportiva durante a realização do evento, caso este ultrapasse o horário de exibição. A televisão interativa permite que os espectadores participem de programas de televisão por meio da conexão com a internet. ISDB-T com seus muitos recursos está sendo introduzindo não apenas no Japão, mas também em vários lugares do mundo.

No Japão, as companhias de televisão a cabo começaram a mudar as suas transmissões ao formato digital, gradativamente, desde 1998. Algumas companhias privadas de televisão e a TV pública japonesa NHK começaram a transmitir com sinal digital em 2003. Em julho de 2011, a transmissão analógica foi desativada, com a exceção de certas regiões afetadas pelo Grande Terremoto do Leste do Japão em março daquele ano.

Em 2012, Tokyo Skytree, a mais alta torre independente de transmissão do mundo, com 634 metros, entrou em operação comercial, fortalecendo as capacidades de transmissão de televisão digital terrestre e de transmissão digital de um segmento para terminais móveis.



Tokyo Skytree

A mais alta torre de transmissão do mundo

A Internet e a World Wide Web

Os provedores de serviços comerciais de internet começaram em 1993. Em 2011, foi estimado que o número de usuários de internet fosse de 96,1 milhões e a taxa de penetração da internet seja de 79,1%. Dois fatores que contribuíram significativamente para o aumento do uso da internet foram os celulares com serviços de acesso, os quais começaram a partir de dezembro de 1999, e o fato do Japão ter uma das taxas de acesso à banda larga mais baratas do mundo. Em 2010, 77,9% das residências tinham acesso à banda larga, dentre os quais 52,2% possuíam serviços por meio de fibra. A banda larga está ganhando espaço rapidamente, estimulado pelo uso crescente das fibras óticas.