

AS CONDIÇÕES DE ACEITAÇÃO DA CULINÁRIA JAPONESA NA CIDADE DE SÃO PAULO – POR QUE OS BRASILEIROS COMEÇARAM A APRECIAR A CULINÁRIA JAPONESA?

Koichi Mori

RESUMO: No Brasil, a culinária japonesa era um *cultural set* “consumido” somente dentro da comunidade *nikkei* até a década de 70. Mas, a partir da década de 80, ela também começou a ser apreciada pelos brasileiros *não-nikkeis*, principalmente dos de classe média e alta. Hoje, existem mais de 600 restaurantes japoneses na cidade de São Paulo, e este número já ultrapassou o de churrascarias. Por que razões os brasileiros *não-nikkeis* começaram a apreciar esta culinária (por exemplo, *sushi* e *sashimi*), que antes era considerada esquisita, exótica e até mesmo “incomível”? Este artigo tenta interpretar este fenômeno sob o ponto de vista sociológico e antropológico.

ABSTRACT: In Brazil, up to the 70s, Japanese cuisine was a cultural set “consumed” only by the *nikkei* community. But since the 80s, it has won the preference of *non-nikkei* Brazilians, especially from the middle and higher classes. There are currently over 600 Japanese restaurants in the city of São Paulo, and this number has already surpassed the number of barbecue restaurants. Why have the *non-nikkei* Brazilians get closer to this cuisine (*sushi* and *sashimi*, for instance), which was once thought to be strange, exotic and even “uneatable”? This article tries to interpret this phenomenon from a sociological and anthropological perspective.

PALAVRAS-CHAVE: culinária japonesa, etnicidade, imigração japonesa, costumes, mudança sócio-econômico-cultural da Cidade de São Paulo.

KEYWORDS: Japanese cuisine, ethnicity, Japanese immigration, mores, social, economical and cultural change in the city of São Paulo.

1. Introdução

O alimento é algo que possui fortes limitações culturais: existem muitos exemplos de pratos que, em uma determinada cultura, são considerados comuns ou iguarias e, em outra, algo insuportável ou até mesmo proibido. O *sushi* e o *sashimi* – pratos principais que compõem a moda culinária japonesa, surgiram a partir dos anos 80 em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro – são exemplos típicos desse fenômeno.

A cultura alimentar japonesa, grosso modo, pertence à da Ásia Oriental: tradicionalmente, não se come carne, as misturas mais comuns são verduras, legumes, frutos do mar – principalmente o peixe – temperados com *shoyu* (molho de soja) e *missô* (pasta de soja), ambos produtos fermentados. No lugar de pratos e talheres, usa-se o *wan* (tigela) e um par de *hashi* (pauzinhos). Por outro lado, a cozinha brasileira, no Brasil, que tinha em Portugal o seu Estado Protetor, sempre sofreu, principalmente na cidade de São Paulo, uma mescla de influências dos indígenas, dos negros e dos imigrantes europeus: no dia-a-dia, come-se o arroz e o feijão, temperados com sal, pimenta, alho e cebola, juntamente de acompanhamentos como a carne e as saladas. Embora ambas as cozinhas tenham em comum o fato de terem no arroz um dos ingredientes principais, o modo de temperar e comer os acompanhamentos é bem diferente, além de se comer usando pratos e talheres.

É claro que os brasileiros também comiam peixe – importante ingrediente da culinária japonesa –, mas sempre assado, cozido ou frito. A maioria apresentava até mesmo uma certa repulsa fisiológica conjugada à incredulidade, pelo fato de o peixe ser ingerido “cru” sob forma de *sushi* ou *sashimi*. Por outro lado, o *missô* e o *shoyu*, possuidores de um odor característico, eram também alimentos rejeitados, assim como o *nori* (folha de algas marinhas), que possuía uma imagem negativa junto aos brasileiros.

Em outras palavras, a culinária japonesa que tinha no *sushi* e no *sashimi* o seu ponto alto era algo que, absolutamente, não era aceita na tradição alimentar brasileira. No entanto, a partir dos anos 80, ela foi penetrando de forma célebre entre os brasileiros *não-nikkeis* em grandes capitais como São Paulo e Rio de Janeiro. A aceitação da cultura alimentar japonesa pelos brasileiros é um fenômeno que nasceu depois de passados 70 anos da imigração japonesa ao Brasil¹ e extremamente interessante como objeto de estudo do ponto de vista da antropologia social. Desta forma, irei no presente artigo, interpretar a questão deste fenômeno relativamente recente que é a aceitação da culinária japonesa pelos brasileiros e as condições sócio-culturais em que se deu tal aceitação, do ponto de vista antropológico.

1. Como se sabe, a imigração japonesa no Brasil começou em 1908: cerca de 188 mil imigrantes vieram para o Brasil antes da Segunda Guerra Mundial (dados da Secretaria de Imigração do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio) e cerca de 54 mil, depois da Guerra. Por outro lado, segundo censo por nós realizado em 1988, moravam, nessa época, 1 milhão e 280 mil nikkeis no Brasil. Aproximadamente 72% dessa população nikkei concentrava-se no Estado de São Paulo, principalmente na cidade de São Paulo e arredores (Grande São Paulo), onde se concentravam 40%, isto é, 500 mil nikkeis. (*Censo da População Nikkei no Brasil – 1988-1989*. Edição do Centro de Estudos Nipo-Brasileiros em São Paulo, Editora Mimeo, 1990).

2. *Os Restaurantes Japoneses Ultrapassam a Fronteira da Etnicidade – Distribuição Geográfica dos Restaurantes Japoneses na Cidade de São Paulo*

A culinária aliada à cultura japonesa formavam um “conjunto” que só era consumido pelo grupo étnico japonês, pelo menos até a primeira metade dos anos 70. A história dos restaurantes japoneses na cidade de São Paulo começou, já no início da década de 10, dentro das pensões em que os imigrantes japoneses se hospedavam. A partir dos anos 20, os restaurantes japoneses se concentravam em regiões como o antigo bairro japonês em torno da rua Conde de Sarzedas, que continuou como tal até o estouro da Segunda Guerra Mundial, a região do Mercado Municipal Central, na Cantareira, na qual muitos japoneses estavam ligados, ora como produtores, ora como intermediários (atravessadores) e, ainda, em bairros como Pinheiros e Lapa², que eram bairros de concentração secundária dos imigrantes japoneses. Em todos os restaurantes, a clientela era formada exclusivamente de japoneses.

Depois da Segunda Guerra Mundial, as regiões tanto de moradia como de trabalho dos *nikkeis* foram se expandindo, acompanhando a intensificação de sua migração para a cidade de São Paulo, em busca de melhor educação e ascensão socioeconômica. À caça desses *nikkeis*, os restaurantes japoneses não só aumentaram em número, como se esparramaram por várias e diferentes regiões. A *Tabela 1* – elaborada a partir de publicações como anúncios classificados voltados para *nikkeis* – mostra o número e a distribuição geográfica de restaurantes japoneses na cidade de São Paulo, no período de 1954 a 1994³.

De acordo com a tabela acima mencionada, em 1954, os restaurantes japoneses estavam concentrados nos bairros da Liberdade (dentro da Liberdade, o núcleo de concentração se deslocou da região da rua Conde de Sarzedas, o antigo reduto dos japoneses, para a região da Galvão Bueno, o novo reduto), Mercado e Pinheiros. Em 1962, a fronteira se ampliou para o bairro da Bela Vista, e, em 1979, para os de Cerqueira César, Jardins e Ceasa (sendo que, nos bairros em que os restaurantes japoneses eram tradicionais, o seu número havia multiplicado). Em 1994, eles já estavam presentes no bairro do Morumbi, Itaim-Bibi, Moema e Brooklin, atingindo naquele ano um total de 133 estabelecimentos.

2. Próximo a bairros como Pinheiros e Lapa existiam, na época, vários núcleos de concentração de imigrantes japoneses que se dedicavam à agricultura. Pinheiros e Lapa, para onde os produtos agrícolas eram transportados e armazenados, acabaram se tornando bairros secundários de concentração de *nikkeis*. No caso do bairro de Pinheiros, essa concentração foi acelerada, em função da existência da sede da Cooperativa Agrícola de Cotia, que mais tarde, viria a se tornar a maior cooperativa agrícola da América do Sul.
3. Não existe nenhum material que mostre a evolução dos restaurantes japoneses no Brasil, ano a ano. Nesta Tabela não estão listados bares e boates, em que o produto principal é a bebida alcoólica. Bares e boates voltados aos japoneses têm o seu ápice em termos de frequência nos anos 50 para os anos 60.

Tabela 1 – Evolução do Número de Restaurantes Japoneses por Bairro

Bairro	1954	1962	1979	1984	1988	1994
Liberdade	7	11	28	38	47	47
Mercado	9	8	1	3	1	
Bela Vista		2	6	9	10	11
Pinheiros	1		3	5	6	8
Jardins/C. César			2	5	7	18
Ceasa			1	2	3	7
Morumbi			-		-	5
Itaim-Bibi			-		-	6
Moema/Brooklin			-		1	5

Fontes: *São Paulo Shinbun/Jornal São Paulo Shinbun* (1954, 1962), *Nikkei Nandemo Denwacho/Páginas Amarelas Nikkei* (de 1978 até 1988), *Nikkei Gaido/Guia Nikkei* (1994).

Pode-se interpretar a evolução da distribuição geográfica dos restaurantes japoneses pela cidade de São Paulo, em associação à trajetória dos japoneses (e *nikkeis*) da seguinte forma: em primeiro lugar, o surgimento, no início dos anos 60, de novos estabelecimentos no bairro da Bela Vista, tem uma estreita ligação com o aparecimento das primeiras multinacionais japonesas⁴ na região, que a partir dos anos 50, começaram a ocupar a região da rua Treze de Maio. Uma outra razão era a existência do Consulado Geral do Japão na Av. Brigadeiro Luiz Antonio⁵. Pode-se dizer que a maioria desses restaurantes tinha como alvo os funcionários das multinacionais, do consulado e os *nikkeis* que iam ao consulado. Por outro lado, a ampliação da fronteira nos anos 70 se deu, em primeiro lugar, devido à escolha da região da Avenida Paulista como o novo pólo de localização por parte das multinacionais que se instalaram em São Paulo na época do assim chamado “milagre econômico” (seus funcionários moravam nos jardins e no Paraíso) e, em segundo, em função da mudança, em 1966, do mercado atacadista de produtos agrícolas da Cantareira para o Ceasa (atual Ceagesp), localizado na Vila Leopoldina: a mudança levou com ela os intermediários e produtores *nikkeis* daqueles produtos.

No que diz respeito ao surgimento de restaurantes japoneses na região da Paulista na década de 70, é digno de nota o fato de uma multinacional japonesa no ramo de fabricação de bebidas alcoólicas ter inaugurado um estabelecimento de luxo, o restaurante *Suntory*, tendo como público alvo executivos *não-nikkeis*. Este restaurante disparou o gatilho da primeira fase da moda da comida japonesa em São Paulo, em

4. Total acumulado das multinacionais japonesas no Brasil (274 empresas, exceto escritórios de representação), representadas aqui pelo ano e respectivamente pelo total de empresas: 1955, 09; 1960, 38; 1965, 52; 1970, 78; 1971, 83; 1972, 126; 1973, 206; 1974, 258; 1975-1978, 274 (Chiyoko Mita, 1977, p. 20).
5. O Consulado Geral do Japão em São Paulo foi estabelecido em 1915, na Praça da Sé. Nos anos 50, depois do término da Segunda Guerra Mundial, mudou-se para a av. Brigadeiro Luiz Antonio e, nos anos 70, para a região da Avenida Paulista.

torno de pratos como o *sukiyaki*, *tempura* e *shabu-shabu*, ao ser palco de jantares promovidos por executivos de multinacionais japonesas em que os convidados eram os seus pares brasileiros ou ao ter, como freqüentadores da casa, integrantes da elite brasileira.

Até os anos 70, a ampliação da fronteira geográfica dos restaurantes japoneses era, acima de tudo, um movimento que tinha como alvo principal os *nikkeis*. Entretanto, o surgimento de restaurantes japoneses em uma nova área geográfica – a dos negócios – passou a ter um papel importante para a segunda fase da moda da comida japonesa em São Paulo, em torno de *sushis* e *sashimis*.

No período que vai da segunda metade dos anos 80 até o início dos anos 90, a ampliação da fronteira geográfica dos restaurantes japoneses passa a não ter uma relação direta com o deslocamento dos *nikkeis*. Os restaurantes japoneses passaram a mirar as zonas residenciais da classe média (média e média alta), assim como as zonas de comércio por ela freqüentadas. Nessa época, os restaurantes começaram a surgir em bairros como Itaim-Bibi, Moema, Brooklin, Morumbi, Vila Madalena e Santana, bairros em que não havia tanta concentração de população *nikkei*, o que indicava que a moda da comida japonesa havia penetrado entre os brasileiros *não-nikkeis*.

É possível resumir algumas das características dos restaurantes japoneses que surgiram após a segunda metade dos anos 80 da seguinte maneira:

- 1) a vocação para o “refinamento” que havia surgido nos anos 70, se confirmou por terem surgido restaurantes japoneses estabelecidos dentro de hotéis cinco estrelas;
- 2) o aparecimento do conceito de se administrar um restaurante japonês como um negócio, o que fez com que empresários *nisseis* ou brasileiros *não-nikkeis* se interessassem em dirigi-los;
- 3) o fato de terem surgido, em substituição aos *nikkeis* que saíam do país sob forma de *dekasseguis*, *sushi-men*, cozinheiros, garçons e garçonetes *não-nikkeis*, principalmente vindos do nordeste;
- 4) o aparecimento, depois da segunda metade dos anos 80, de *sushi-bars* para complementar o leque de casas de *fast food* das praças de alimentação dos *shopping centers*⁶;
- 5) o surgimento de serviços de entrega de *sushi* e *sashimi*, dentro do conceito do *fast food*;
- 6) o fato de a comida japonesa – principalmente pratos como *sushi* e *sashimi* – terem transposto a fronteira espacial dos restaurantes japoneses.

Não será possível examinar em detalhes todas as características acima citadas. Vamos ressaltar apenas duas delas, que podem ser associadas às características dos atuais restaurantes japoneses.

A característica que quero salientar, *em primeiro lugar*, é o fato de empresários *nisseis* e brasileiros *não-nikkeis* terem passado a administrar restaurantes japoneses e a

6. Em outubro de 1996, havia dentro dos *shopping centers* 14 estabelecimentos de comida japonesa e esse número tem crescido desde então. A primeira casa de comida japonesa instalada dentro de um *shopping center* foi o *Mariko Light*, no *Shopping Center* Morumbi, no começo dos anos 90.

encará-los como objetos de negócios altamente profissionais e/ou como investimentos. Nestes restaurantes, os proprietários criaram um espaço baseado em um conceito integrado. Neles, há uma integração de tudo: desde a sua localização, o visual, tanto externo como interno, as louças, os uniformes dos garçons e/ou garçonetes e até a composição do cardápio. Neles, ainda, não importa se a linha adotada é a contemporânea, a tradicional, ou a convivência = integração das duas, o que há de comum em todos é um espaço limpo e que passa a imagem de higiene e asseio. Em outras palavras, nestes restaurantes, houve a opção por alguns símbolos ou signos que representam o “Japão”, que prevalece para relacionar todos os ícones escolhidos para que estes componham um espaço integrado. Esta característica os diferencia dos restaurantes japoneses estabelecidos nos Estados Unidos, em que há uma confusa convivência de signos asiáticos, polinésios e de alguns que representam tradições regionais japonesas, que acabam resultando em um ambiente estranho. Isto é, nestes restaurantes japoneses situados no Brasil, nessa linha mais recente, não há a mistura tão característica nos Estados Unidos da Ásia e do Oriente. Ainda, estes espaços para alimentação norte-americanos também são diferentes daqueles restaurantes japoneses da Liberdade ou então dos pertencentes a *nikkeis* da primeira geração, embora estejam da mesma forma repletos de símbolos e signos japoneses, dentro do que se poderia chamar de princípio do acúmulo, com total ausência de senso de uniformidade.

Estes novos espaços para alimentação criaram uma estrutura que, ao mesmo tempo, possui um conjunto de imagens que retrata o avanço, a tecnologia de ponta, o desenvolvimento econômico e a tradição japonesa, e pode atender à exigência da classe média urbana em busca de um ambiente limpo, asseado e, ao mesmo tempo, “inovador”. Ainda, sua localização possibilitou os frequentadores a não precisarem mais se dar ao “trabalho” de se deslocarem até a Liberdade.

A característica que quero ressaltar, *em segundo lugar*, é a entrada no mercado, como *chefs*, de brasileiros *não-nikkeis*. O fenômeno está diretamente ligado ao sucesso da estratégia de ascensão socioeconômica posta em ação por *nikkeis* moradores da zona urbana (isto é, a ascensão à nova classe média, através da obtenção de alto grau de instrução) e ao *dekassegui*, que começou a ocorrer principalmente na segunda metade dos anos 80⁷. A escassez de *sushi-men* e cozinheiros e também de garçons e garçonetes *nikkeis* acabou absorvendo a mão-de-obra nordestina que havia migrado para as cercanias do bairro da Liberdade. É um tipo de fenômeno que não se observa de forma alguma nos Estados Unidos, que precedeu o Brasil na moda da comida japonesa. A *Tabela 2* mostra uma pesquisa sobre a naturalidade dos funcionários de 52 casas do ramo, realizada pelo autor: pode-se constatar uma ampla participação de *não-nikkeis*. Esta participação, aliada à presença cada vez mais constante de empresários *não-nikkeis* ou de *nisseis* e *sansseis* na administração/direção das casas, foi um fator que acelerou

7. O fenômeno dos *nikkeis* trabalhando no Japão, isto é, o fenômeno do *dekassegui* surgiu após 1985. Engatilhado principalmente pelo Plano Collor (março de 1990) e pela emenda da Lei da Imigração no Japão, no tocante à Lei de Ajuda a Refugiados e Asilados (junho de 1990), criou-se um boom que resultou em mais de 200 mil brasileiros *nikkeis*, seus cônjuges e filhos hoje vivendo e trabalhando no Japão.

o abasileiramento = transformação/modificação da cozinha japonesa em São Paulo. Este pessoal, que não estava preso às tradições culinárias japonesas, criou uma nova “cozinha japonesa” muito mais ao gosto dos brasileiros.

Tabela 2 – Composição dos Sushi-men, Cozinheiros e Garçons/Garçonetes de 52 Restaurantes Japoneses

	<i>Sushi-men</i>	<i>Cozinheiros</i>	<i>Garçons/Garçonetes</i>
<i>Nikkei (1ª geração)</i>	26,7%	13,3%	
<i>Nikkei</i>	37,6%	10,2%	19,1%
<i>Não-Nikkei</i>	36,0%	76,5%	80,9%

3. Por que os Brasileiros Passaram a Apreciar a Culinária Japonesa? Condições Socioculturais

A comida japonesa, que sempre fora um conjunto cultural só consumido dentro da comunidade étnica japonesa, passou a transpor esta fronteira étnica a partir dos anos 80: portanto, um fenômeno relativamente recente. Por trás deste fenômeno, existem inúmeras condições socioculturais, que se entrelaçam de forma complexa entre si. Irei citar, aqui, algumas delas.

Em primeiro lugar, é preciso dizer que houve uma mudança no conceito de alimentação dos brasileiros, principalmente daqueles pertencentes à classe média urbana do eixo São Paulo/Rio. Para tanto, contribuíram várias forças mobilizadoras como o estabelecimento de um novo estilo de vida, que prioriza a “saúde”, a “beleza” e a “leveza”, a ampliação do perímetro urbano, a transformação das culturas empresariais, a presença da mão-de-obra feminina no mercado de trabalho e uma nova consciência profissional que passou a predominar entre os integrantes da classe média urbana. No passado, muitas empresas tradicionalmente ofereciam 2 horas de almoço. Muitos voltavam para casa, almoçavam, descansavam e só então retornavam ao escritório para o expediente da tarde. Agora, entretanto, o intervalo para almoço é mais curto, a moradia das pessoas, basicamente da classe média, está mais distante do local de trabalho e, mais, as mulheres trabalham fora de casa, impossibilitando que preparem o almoço em casa. Isso tudo tornou difícil que se mantivesse o hábito de almoçar em casa. Os colarinhos brancos e os profissionais liberais passaram a almoçar em restaurantes e lanchonetes próximos ao local de trabalho. Por outro lado, os anos 70 também foram a época em que a classe média urbana mantinha um alto padrão de vida, sustentado pelo desenvolvimento econômico, e em que a indústria das refeições fora de casa também cresceu sobremaneira. Ademais, foi uma época em que as pessoas passaram a tomar consciência maior com respeito a doenças como hipertensão, obesidade e males cardíacos, decorrentes do sedentarismo e refeições fora de casa, de alto teor de caloria e de gordura: a tradicional “comida pesada”⁸ passou por um reexame. Um dos sinais

8. No universo das culinárias étnicas, possuem a imagem de “comida pesada” as cozinhas brasileira, italiana e alemã, ao passo que as japonesa, chinesa e francesa, a de “comida leve”.

desta tendência foi o surgimento, a partir da segunda metade dos anos 70, de restaurantes vegetarianos e macrobióticos nas zonas comerciais e de escritórios da cidade. Além disso, comportamentos ligados à “saúde” – como fazer cooper ou frequentar academias de ginástica após o expediente ou nos fins de semana – passaram a se tornar moda.

A preocupação com a “saúde” e a reavaliação da alimentação se deu também grande parte em função do movimento de “alimentação saudável e natural” importado dos Estados Unidos. Este movimento estava intimamente ligado também aos movimentos de cunho religioso, em torno do movimento *hippie* e, ainda, *zen*. No caso da cidade de São Paulo, o movimento de alimentação saudável e natural foi desenvolvido a partir dos anos 50 por Tomio Kikuchi, um imigrante japonês. Inicialmente, era uma moda discreta principalmente entre a elite *nikkei*, formada por *nisseis*. Mais tarde, com a entrada do movimento “da alimentação saudável e natural” dos Estados Unidos, ela estourou. Neste processo é que surgiram vários restaurantes vegetarianos, macrobióticos ou naturais nas regiões comerciais e de escritórios da cidade, bem como lojas e armazéns de alimentos naturais nas zonas residenciais da classe média paulistana.

Estes restaurantes de “alimentação saudável e natural” serviam pratos que empregavam ingredientes e temperos também utilizados na culinária japonesa⁹, como o *tofu* (queijo de soja), várias verduras e legumes, o *missô* e o *shoyu*. As lojas vendiam os mesmo produtos. Os restaurantes e as lojas passaram a oferecer alimentos preparados à base de cereais, verduras, legumes e tubérculos, em lugar daqueles preparados à base de carne. Isto mostra que os brasileiros *não-nikkeis* – os colarinhos brancos da classe média – já tinham um contato com os ingredientes utilizados na cozinha japonesa antes mesmo de ela entrar na moda. A *Tabela 3* mostra a evolução da proporção de restaurantes de culinária étnica, publicados na revista *Quatro Rodas* e no *Guia São Paulo*, no período de 1978 a 1996. Os restaurantes vegetarianos, naturais e macrobióticos – todos dentro da categoria dos restaurantes de “alimentação saudável e natural” – começam a aparecer no início da década de 80, porque foi a partir dessa época que surgiu a demanda por este tipo de alimentação.

Por outro lado, há que se apontar, neste momento, a existência dos restaurantes chineses, além dos de alimentação saudável e natural, como uma das condições da aceitação da cozinha japonesa no Brasil. Pode-se ver, pela *Tabela 3*, que os restaurantes chineses eram, pelo menos até meados dos anos 80, em número bem maior que o de

9. No que diz respeito à questão do abastecimento de ingredientes e/ou matérias-primas que compõem a cozinha japonesa, não se pode ignorar a presença não só dos produtores *nikkeis*, mas também a participação dos *nikkeis* como intermediadores e varejistas. Consta que o número de feirantes *nikkeis* é o segundo maior depois do de feirantes portugueses: na segunda metade dos anos 70, dos 12 mil feirantes cadastrados na cidade de São Paulo, aproximadamente 4 mil eram *nikkeis*. Esses feirantes *nikkeis* abasteciam os habitantes de São Paulo com produtos horti-fruti-granjeiros direcionados à culinária japonesa, fornecidos por produtores *nikkeis* da região próxima a São Paulo e, ao mesmo tempo, comercializavam temperos japoneses como *shoyu* e o *missô*. Existem, além dos feirantes, muitos *nikkeis* que trabalham como o já mencionado intermediário ou como quitandeiros, ambos ligados na distribuição de produtos agrícolas. Não se pode deixar de considerar, ainda, a importância da atuação dos fabricantes de *shoyu*, *missô* e demais alimentos industrializados japoneses, além dos fornecedores de *hashi* descartável, *happi* (mini-kimono), louças e porcelanas típicas e, ainda, *oshibori* (toalhinhas).

japoneses e bastante populares, atrás só dos italianos (em que se incluem as pizzarias) e os de cozinha internacional (continental). Segundo uma pesquisa de imagens, que o autor realizou em torno de cozinhas étnicas mais representativas no Brasil, existe a consciência entre os brasileiros de que há entre a culinária chinesa e a japonesa vários pontos em comum como, por exemplo, os ingredientes (peixe, verduras, *tofu*), tempero (*shoyu*) e imagens dos pratos como sendo “leves” ou “bem equilibrados do ponto de vista nutritivo” Existe, ainda, algo inusitado jamais visto em qualquer outra culinária étnica: o nome do prato “*yakissoba*”, que é usado indistintamente por uma e outra cozinhas, reforçando ainda mais a imagem de que ambas são muito similares entre si. Em outras palavras, os brasileiros *não-nikkeis* primeiro se familiarizaram com a comida chinesa e, mais tarde, começaram a se aproximar da cozinha japonesa. Esta relação fica patente ao constarmos a evolução proporcional das duas cozinhas na *Tabela 3*.

Tabela 3 – Evolução dos Restaurantes Étnicos Ano a Ano (Porcentagem)

Tipo de comida	1978	1981	1984	1987	1991	1996
Internacional	12,0	11,5	7,5	9,9	11,9	13,8
Francesa	7,4	3,8	6,0	7,5	9,9	8,7
Italiana	26,5	20,6	18,2	20,6	18,6	22,5
Pizza	19,0	14,6	14,9	7,5	5,5	6,5
Churrasco	9,9	11,3	11,0	8,9	10,7	11,8
Portuguesa	1,2	1,7	2,4	2,7	2,8	2,2
Brasileira	2,1	4,3	3,9	3,1	2,4	2,2
Alemã	4,1	2,8	3,9	3,8	2,8	1,5
Espanhola	0,8	2,1	2,7	2,7	4,0	4,0
Chinesa	11,2	10,4	6,3	5,1	4,7	3,3
Japonesa	3,7	3,8	5,1	6,2	7,9	6,9
Frutos do Mar	2,1	2,3	2,4	4,1	4,7	9,4
Coreana		0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
Russa		0,4	0,6	0,3	0,4	
Suíça	-	0,6	1,5	1,4	1,6	0,4
Húngara	-	1,1	0,6	0,7	0,4	
Australiana	-	0,4	0,3	0,3		
Grega		0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
Escandinava		0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
Judaica		0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
Árabe		2,1	3,3	0,7	2,0	3,3
Latino-americana		1,1	0,3	0,3		
Indiana			0,3	0,7	2,0	3,3
Indonésia		0,2	0,3			
Romana			0,3			
Queijo & Vinho		0,8	0,6	0,3	0,4	0,4
Panqueca		0,4	0,6	0,7		
Vegetariana		1,7	1,5	0,7	0,8	0,7
Natural		0,2	1,2	1,4	0,4	0,4
Macrobiótica		0,4	0,6	0,7	0,4	
Tailandesa						0,6
Fast Food						3,6
Salada			0,9		0,4	0,4
Sanduíche	-	-	1,8	5,1	4,4	-

A intimidade com a comida chinesa, macrobióticos, vegetariana e natural fez com que se conhecesse pelo menos um dos aspectos da culinária japonesa, o que serviu como uma fase prévia para que dela se aproximasse. A seguir, difundiu-se, a partir dos Estados Unidos, a imagem de que a comida japonesa – principalmente o *sushi* e o *sashimi* – era uma comida saudável, no que podemos chamar de a segunda fase da “alimentação saudável e natural”. Os brasileiros *não-nikkeis* migraram, então, da comida chinesa, macrobiótica, vegetariana e natural para a comida japonesa. A moda da comida macrobiótica e vegetariana durou relativamente pouco. Acredita-se que as grandes causas foram o fato de ela não ser “gostosa ou agradável ao paladar” e nela estarem ausentes a variedade, a flexibilidade, um certo toque de luxo e a sofisticação. No caso da comida chinesa, parece-nos que o seu “paladar sem grandes variações, sempre temperado com *shoyu*”, a imagem de ser uma “comida gordurosa”, e os seus restaurantes “não aparentaram ser muito limpos”, isto é, a falta de variedade, o uso demasiado do óleo, a sensação de ausência de higiene e asseio (em outras palavras, a ausência do anti-cotidiano, do luxo e da elegância) fizeram com que ela aos poucos cedesse o seu lugar para a cozinha japonesa.

Evidentemente, a aproximação à culinária japonesa não se iniciou só com a introdução destes conceitos até agora apresentados. Existiu, também, o aspecto das relações humanas: a relação de subordinação entre brasileiros *não-nikkeis* e seus chefes *nikkeis* ou vice-versa, a relação entre colegas de trabalho tendo em um lado um *nikkei* e do outro, um *não-nikkei*, a relação de negócios desenvolvida entre empresas brasileiras e japonesas, a relação de casamento entre *nikkeis* e brasileiros *não-nikkeis*, enfim, um estreitamento de laços sociais com os *nikkeis* de maneira geral¹⁰. Tudo funcionou para “abrir um canal” em direção à comida japonesa. Sem dúvida, é necessário ressaltar, novamente, como uma importante condição da aceitação da culinária japonesa, o aparecimento de restaurantes japoneses na região da Paulista, uma das regiões mais proeminentes de São Paulo. Na fase inicial, os primeiros contatos com a comida japonesa davam-se nos restaurantes japoneses, nos almoços com colegas de trabalho ou nos convites para almoço ou jantar feitos por empresas japonesas. Uma outra oportunidade era ser convidado nos lares *nikkeis*.

Por outro lado, não quer dizer que os brasileiros *não-nikkeis* tenham travado o seu primeiro contato com a comida japonesa através do *sushi* e do *sashimi*. Os primeiros pratos da culinária japonesa que os brasileiros *não-nikkeis* provaram – guiados por *nikkeis* – foram pratos como o *sukiyaki*, *tempura*, *teppanyaki*, *yakitori* e outros. Pelo menos, era isso que os guias de restaurantes até os anos 70 traziam publicado: o chamariz era o trinômio exótico – pratos como os acima discriminados + *tatami* (piso de palha, em que se anda sem sapatos e em que se senta) + gueixa (garçonetes). Isto é, os brasileiros *não-nikkeis* tinham iniciado a sua aproximação junto à comida japonesa a partir de

10. Se examinarmos o relacionamento dos brasileiros *não-nikkeis* com os brasileiros *nikkeis*, pode-se dizer que aumentou o número de brasileiros *não-nikkeis*, principalmente da classe média, que têm “parentes” *nikkeis*, visto que a taxa de casamentos inter-raciais aumentou de cerca de 55 em 1958 para cerca de 46% em 1988.

ingredientes ou pratos cujo modo de preparar eram relativamente semelhantes à sua própria cultura alimentar. Descobriu-se, então, o sabor ou o tempero “doce” dos pratos salgados japoneses, algo novo que até então não se tinha experimentado na cozinha brasileira. A época pode ser chamada de a primeira fase de aceitação da cozinha japonesa: ela não se tornou um sucesso tão estrondoso.

Depois da aceitação do *sukiyaki*, *tempura*, *teppanyaki* e *yakisoba*, surgiu, em meados da década de 80, a moda da comida japonesa já como “alimentação saudável e natural”, em torno do *sushi* e *sashimi*. Como já foi dito, esta moda surgiu pelas mãos de brasileiros *não-nikkeis* que tinham viajado aos Estados Unidos e se expandiu instantaneamente entre os habitantes da cidade de São Paulo, principalmente os pertencentes à classe média.

O peixe cru, matéria-prima do *sushi* e do *sashimi*, sempre possui uma imagem negativa dentro do contexto cultural tradicional do Brasil, como algo suspeito, selvagem, bárbaro e nojento e jamais considerado como algo comestível. Entretanto, tendo sido importada a imagem de “alimento saudável” dos Estados Unidos, o peixe cru passou a simbolizar algo “fresco” e o seu significado mudou, passando a ser sinônimo de “alimento saudável”, de baixo teor calórico e de colesterol. É claro que o seu significado não mudou só em função do conceito de “alimento saudável”. Para tanto, contribuiu sobremaneira a mudança de imagem dos *nikkeis* no Brasil e, ainda, a ampliação da presença japonesa no mundo. Na pesquisa sobre a imagem da culinária japonesa, examinou-se também a do Japão e dos *nikkeis* e entre as que foram citadas estão basicamente imagens positivas como “diligência”, “disciplina” “ordem” “alto nível tecnológico” “automóveis e eletrodomésticos de bom desempenho”, “Sony”, “Honda” “Toyota” etc. Isto é, a imagem do *sushi* e *sashimi* mudou daquela tradicionalmente negativa para uma positiva: passaram a ser considerados pratos criados em um Japão limpo, asseado e de alto nível tecnológico e ainda por cima “saudáveis”

É evidente que, sem dúvida nenhuma, deve ter sido uma grata descoberta o sabor adocicado do “arroz de *sushi*”, temperado com açúcar e vinagre e o paladar também levemente adocicado do peixe cru, que, incrivelmente, não tinha nenhum “gosto de maresia”. Ainda, com certeza, atraíram os brasileiros *não-nikkeis* os balcões de *sushi* e outros espaços cheios de exotismo de uma terra estrangeira, em que podiam degustar o *sushi* e o *sashimi* ao mesmo tempo em que contemplavam a beleza ou a estética de seus arranjos sobre os pratos.

Não se pode, por outro lado, ignorar de forma nenhuma o esforço dos artesãos de *sushi* – os *sushi-men* – que ficaram na linha de frente deste contato cultural, como uma das condições que levaram à moda do *sushi* e do *sashimi*. O processo foi o da adaptação do *sushi* na cultura alimentar brasileira. Vamos, aqui, considerar os esforços de um determinado *sushi-man*. Kiyomi Watanabe, do restaurante *Sushikiyo*, que queria difundir o *sushi* entre os brasileiros *não-nikkeis*, abriu a sua casa fora do circuito da Liberdade em 1980. A sua estratégia para difundir um prato feito com um ingrediente tão estranho quanto o peixe cru era conquistar aqueles que iam comer o *sushi* pela primeira vez com alguns ingredientes que oferecessem menos resistência. Por exemplo, *sushis* de peixes de carne branca e com um pouco de sumo de limão para tirar o “gosto de maresia” Ou, ainda, *sushis* de salmão defumado. Ademais, para diminuir a sensação estranha causada

pelo *nori* (folhas de algas marinhas), ele resolveu colocá-lo na parte interna e não na externa do *sushi*, na forma de *uramaki* (ao pé da letra, enrolado no lado do verso). A seguir, este *sushi-man* resolveu partir o *sushi* na metade, de forma que o cliente não precisasse “encher a boca” de uma vez, comportamento considerado negativo na cultura alimentar brasileira. Depois, o mais inovador de tudo, resolveu introduzir o serviço de *hashi* (palitinhos que servem como talheres) personalizado. Trata-se de oferecer o *hashi* de charão, trazido do Japão, aos freqüentadores mais habituais: estes se sentam ao balcão e à sua frente é colocado o *hashi* de charão. Desta forma, o cliente tem um tratamento pessoal, não mais impessoal, passando a ter, inclusive, uma certa sensação de superioridade. Por último, este *sushi-man* passou a valorizar a conversa com os freqüentadores da casa. A conversa desenvolvida entre as duas partes, com o balcão no meio, era algo que não existia em restaurantes brasileiros e, juntamente com o serviço de *hashi* personalizado, desenvolveu uma verdadeira arte de receber os freqüentadores da casa de forma pessoal e exclusiva. Estes esforços desenvolvidos por alguns *sushi-men*, antes mesmo da grande moda acontecer, serviram sem dúvida para promover o contato da classe média paulistana – que gosta de se sentir mais vanguardista que os seus pares e desejava de tratamento especial – com o *sushi* e o *sashimi*.

4. A Consolidação, na Cidade de São Paulo, do Sushi à Moda Edo e o Surgimento do Sushi à Moda Brasileira

Como já foi mencionado, a história da cozinha japonesa na cidade de São Paulo iniciou-se logo após a entrada dos primeiros imigrantes japoneses no Brasil. Entretanto, só mais recentemente é que os restaurantes japoneses da Capital começaram a servir o *sushi* à moda *Edo* (antiga denominação de Tóquio), que é o *sushi* com peixe cru sobre um bolinho de arroz temperado com açúcar e vinagre. Segundo o mito que circula entre os *sushi-men* da Capital em torno do nascimento do primeiro *sushi* à moda *Edo*, um cozinheiro de uma pensão com clientela *nikkei* teria oferecido aos freqüentadores da casa, em meados dos anos 30, bolinhos de arroz agulha misturado ao arroz glutinoso, temperado com açúcar e vinagre, e colocado por cima um pedaço do peixe xaréu: teriam sido os primeiros *sushis* preparados no Brasil. Posteriormente, este cozinheiro teria retornado ao Japão, estagiado em uma casa de *sushis* em Tóquio e voltado ao Brasil após o término da Segunda Guerra Mundial, por volta do início dos anos 50, e aberto uma pensão na região do Mercado, onde servia *sushis* à moda de *Edo* para seus freqüentadores. Mais tarde, este *sushi-man* teria, finalmente, aberto uma autêntica casa de *sushi*, com balcão e tudo, na rua Tabatingüera, no bairro da Liberdade, em 1961. Até então, haviam restaurantes japoneses que serviam *teishoku* (refeição em que além do prato principal, que pode ser algo cru, grelhado, cozido ou frito, sempre com o acompanhamento de arroz branco e sopa de *missô*), *donburimono* (arroz branco servido em uma tigela grande, acompanhado de uma mistura com molho por cima) e macarrão japonês, mas nenhuma casa que fosse uma autêntica casa de *sushi* com balcão. Isto é, até os anos 50, mesmo os *nikkeis* aqui radicados nunca tinham comido um *sushi* autêntico, à moda de *Edo*.

A partir dos anos 60, cresceu rapidamente o número de restaurantes japoneses com balcão de *sushi* no seu interior. Atualmente, a maioria dos restaurantes japoneses possui balcões de *sushi*, com exceção de algumas casas muito populares no bairro da Liberdade e uma casa de autêntica cozinha japonesa voltada para os expatriados japoneses em São Paulo, localizada no bairro da Bela Vista.

Uma das características do balcão de *sushi* é o seu lado cenográfico. Trata-se de um espaço completo por si mesmo. Nela está presente a cozinha, em que se preparam os alimentos, o refrigerador, em que são armazenados os materiais e os ingredientes. Há aí um conjunto completo que conta até mesmo com a “mesa” em que os clientes vão degustar o alimento preparado. Se ali houver um *sushi-man*, o “prato principal” – *sushi* – pode ser servido a qualquer hora. Além disso, o balcão é algo que tem uma grande mobilidade. Estas funções do balcão facilitaram sobremaneira que o *sushi* e o *sashimi* ultrapassassem a fronteira dos restaurantes japoneses. Assim, a partir de meados dos anos 90, o balcão de *sushi* transpôs a fronteira espacial dos restaurantes japoneses e passou a se instalar em um canto de, por exemplo, restaurantes italianos, discotecas e boates e, ainda, nos *shopping centers* da cidade, como *fast food*.

5. Formas de Apresentação do Sushi à Brasileira – Rodízios, Festivais e o Surgimento dos “Combinados”

A grande insatisfação dos brasileiros *não-nikkeis* que começaram a apreciar o *sushi* e o *sashimi* era que, embora “saudável e natural”, eles não “enchiam a barriga”. Antes, para se satisfazerem, tinham que comer, como entrada, alguns pratos como *tempura*, *shimeji* na manteiga ou, então, pedir várias porções. Além disso, a maioria dos brasileiros *não-nikkeis* não conseguia dissociar a comida japonesa do saquê, normalmente consumido em *masu* (recipientes especiais para tomar saquê, no formato quadrado). Tudo fazia a conta aumentar. Queriam comer o *sushi*, mas, ao mesmo tempo, também estavam preocupados com o bolso. Este era o grande problema da maioria da classe média brasileira. Para resolver este problema e satisfazer mais os brasileiros *não-nikkeis*, desenvolveu-se um novo sistema, ora chamado de “Festival de *Sushi*” ora de “Rodízio de *Sushi*”. A primeira casa que introduziu este novo sistema no Brasil foi um *sushi-bar*, localizado em um *residence-hotel*, nos Jardins, por volta dos anos 90, o *Residence Flat*. O sistema consistia em servir o *sushi* à vontade, a um preço fixo (equivalente ao do rodízio de carnes), acompanhado de sopa de *missô* ou algum outro prato japonês, como o *yakisoba*, o *gyoza* ou o *yakitori*. Embora o sistema não tivesse o “charme” dos balcões, que possibilitava o freqüentador conversar com o *sushi-man* e tivesse perdido o toque personalizado, foi se espalhando instantaneamente por inúmeros restaurantes japoneses fora do circuito da Liberdade, popularizando em grande escala o *sushi*.

Embora ligeiramente mais tarde do que a moda do Festival de *Sushi*, surgiu também o “combinado”, que consistia do *sushi* e do *sashimi* apresentado em belo arranjo sobre um barco de madeira, usado em lugar do prato. O “combinado” pelo luxo da apresentação e pelo preço relativamente em conta, foi se fixando entre aqueles que

freqüentavam os restaurantes japoneses em grupo ou em família. Nos Estados Unidos também existe o “*combo*” (combinação), mas ele nada mais é que várias misturas da cozinha japonesa dispostas sobre o mesmo prato e é completamente diferente do “combinado” brasileiro.

6. *Sushi à Brasileira*

Depois de mudanças no modo de servir o *sushi* e o *sashimi*, está havendo, agora, um abasileiramento do próprio *sushi*. Este abasileiramento é algo que também se pode chamar de tropicalização e nasceu um trabalho conjunto de *sushi-men* e de donos de restaurantes não-nikkeis e que, portanto, não tinham nenhum compromisso com a tradição da culinária japonesa. Na prática, o abasileiramento traduz-se em *makimono*¹¹ (*sushi* enrolado normalmente por *nori* – folhas de algas marinhas), com recheio de frutas tropicais nativas, no uso de carne de vaca, ao invés do peixe, ou no uso do bacalhau seco importado da Noruega, que, no Brasil, normalmente é preparado seguindo receitas portuguesas.

Por outro lado, o *sushi*, como “alimento saudável e natural”, em última instância, tinha que acabar resultando no *sushi* vegetariano: em um *sushi-bar*, de propriedade de um brasileiro não-nikkei, há *temaki* (*sushi* enrolado na própria mão do *sushi-man* com *nori* – folhas de algas marinhas) com recheio de cenoura, tomate, broto de nabo, pepino e, ainda, cogumelo. Para aqueles que não apreciam o *nori*, usa-se, em seu lugar, folhas de acelga ou de alface. Têm surgido, ainda, *sushis* que, em vez do arroz branco, usa-se arroz macrobiótico.

Este *sushi* “tropical” surgiu no restaurante *Mariko Light*, em 1993, em meio à confusão causada pelo cólera, que acabou afastando os freqüentadores habituais dos restaurantes japoneses, e continuou sendo largamente consumido desde então. Os *sushis* ditos “experimentais” frutos do abasileiramento, são um fenômeno que tem surgido fora da Liberdade, pelas mãos de *sushi-men* e proprietários não-nikkeis de restaurantes japoneses, que hoje em dia são cerca de 75% do total. O *sushi* e o *sashimi*, da mesma forma que o balcão em que são preparados, também têm a característica da mobilidade. Assim como o balcão, que ultrapassou a fronteira original dos restaurantes japoneses, eles também ultrapassaram a barreira espacial étnica. Pode-se comprovar isso nas churrascarias e restaurantes com sistema de *buffet*: o *sushi*, que tradicionalmente é prato principal, transformou-se em entrada.

7. *Conclusão – A Cultura Alimentar como Sistema Aberto*

Antes de refletirmos sobre por que os brasileiros passaram a apreciar a cozinha japonesa, é importante examinarmos as peculiaridades que cada cultura alimentar – a

11. Estilo *Kansai*.

japonesa e a brasileira – possui. O diretor do Museu Nacional de Etnografia, Naomichi Ishige, que tem grande conhecimento, tanto da cultura alimentar japonesa como do da mundial, aponta as seguintes características básicas quanto à primeira. “A cultura alimentar japonesa adotou, a partir da Restauração Meiji (1868), culturas alimentares estrangeiras. Hoje, as três cozinhas japonesa, ocidental e chinesa convivem paralelamente no caso de restaurantes. No caso dos lares japoneses, surgiu um novo estilo de alimentação, que mescla pratos estrangeiros japonesados – como o *tonkatsu* (bife de carne de porco à milanesa) ou refogados à moda chinesa – para acompanhar o arroz branco e a sopa de *missô*. Após a Restauração Meiji, a cultura alimentar estrangeira foi introduzida como um sub-sistema ao sistema da tradicional cultura alimentar japonesa, como forma de complementar aquilo que faltava, como carne, laticínios e gordura/óleo. Assim, pode-se dizer que a moderna cultura alimentar japonesa, que veio se transformando continuamente, é um sistema aberto, sempre com as portas abertas para o exterior, adotando prontamente novidades e sendo flexível a ponto de mudar o seu próprio sistema” (Ishige, 1985, p. 186).

A cultura alimentar japonesa assim caracterizada veio, na realidade, a ajudar a adaptação e acomodação dos japoneses, que vieram ao Brasil como imigrantes, ao ambiente alimentar brasileiro. E o importante era que havia, aqui, o hábito de se comer arroz, ainda que fosse o agulha.

A flexibilidade da cultura alimentar japonesa também teve grande importância na aceitação da comida japonesa na cidade de São Paulo. Por exemplo, observando o comportamento alimentar dos brasileiros *não-nikkeis* em restaurantes japoneses da cidade, vê-se que, primeiro, come-se *tsukidashi* (couvert), toma-se a sopa de *missô*, come-se um prato isolado como entrada, o combinado de *sushi* e *sashimi* como prato principal e, por fim, a sobremesa. Isto é, aprecia-se a comida japonesa como se fosse um menu ocidental completo e de luxo¹². O japonês jamais tomaria só a sopa de *missô* primeiro. Mas, ele também não se importa que isso aconteça, uma vez que não há nenhuma regra quanto ao momento certo de se tomar a sopa. Também não se importa que se coma a comida japonesa com garfo e faca. E mais: nenhum japonês acha estranho que se sirvam em restaurantes de luxo pratos como *yakisoba*, *teppanyaki*, *gyoza* ou legumes refogados, pratos ocidentais e chineses que foram introduzidos somente após a Restauração Meiji. Os japoneses não dão importância para o que e de que forma comer, a não ser que seja em um restaurante de luxo de genuína comida japonesa. Essa flexibilidade da cultura japonesa é que correspondeu ao estilo de comer da cultura alimentar brasileira.

Por outro lado, parece-me que a cultura alimentar brasileira também não possui um modelo superior ou um modelo autoritário, como possui a cozinha francesa ou a chinesa. Na pesquisa sobre as imagens que a cozinha brasileira possui, surgiu como comida tipicamente brasileira a feijoada e a comida mineira, que no entanto não passam de comida escrava e comida regional, respectivamente. Além disso, a introdução do

12. O gosto pelas novidades é forte principalmente entre os jovens da nova classe média. Em restaurantes japoneses, onde o público alvo são os brasileiros *não-nikkeis*, são patentes as estratégias que procuram a diferenciação em relação aos concorrentes.

arroz e feijão, que é a base da alimentação brasileira, também é recente: ele só se generalizou na década de 30. No entanto, o arroz e feijão têm o mesmo papel que o arroz e *missoshiru* (sopa de *missô*) no Japão: ele contribuiu para que se aceitem “acompanhamentos” de outras culturas alimentares. Isto é, a cultura alimentar brasileira, embora também tenha tornado símbolos nacionais pratos escravos ou regionais, não possui nenhum sistema alimentar que lhe seja peculiar, único. Em um sentido, possui em comum a característica de ser aberta, como o é a cozinha japonesa. Todo esse pano de fundo cultural serviu para uma melhor aceitação da comida japonesa pelos brasileiros. A cozinha japonesa continuará a ser uma culinária étnica, da mesma forma como o brasileiro *nikkei* é chamado de “japonês”. Certamente, no entanto, assim como a participação social do brasileiro *nikkei*, ele será aceita como uma comida étnica legítima brasileira e contribuirá para a riqueza da cultura brasileira, embora continue a se transformar como um dos fatores integrantes da civilização brasileira.

Bibliografia

- ISHIGE, Naomichi. “Moderu naki Bunmei” (Civilização sem Modelos). In: *Gendai Nihon no Bunmeigaku (O Estudo da Civilização do Japão Contemporâneo)*. Edição de Tadao Umesao e Naomichi Ishige. Japão, 1984.
- ISHIGE, Naomichi *et al.* *Losu Anjerusu no Nihon Ryoriten (Os Restaurantes Japoneses de Los Angeles)*. Japão, 1985.
- _____. *80 Anos da Imigração Japonesa no Brasil*. Edição da Comissão Editorial dos 80 Anos da Imigração Japonesa no Brasil, São Paulo, 1991.
- MORI, Koichi. *Imin, Shoku, Ryoriten – Sanpauroshi ni Okeru Nihonshokuno Jyuyouni Kansuru Bunkajinruigakutekikenkyu (Pesquisa do Ponto de Vista da Antropologia Social sobre a Aceitação da Cozinha Japonesa na Cidade de São Paulo)*. Relatório elaborado com o patrocínio do Centro Aji-no-moto de Cultura do Paladar/Sabor, Mimeo, Japão, 1996. (O presente estudo é parte da pesquisa realizada com o subsídio do Centro Aji-no-moto de Cultura do Paladar/Sabor, no ano fiscal de 1996).