

一九九〇年代を通して、ブラジル系のエスニック・メディアは有料の週刊新聞や衛星放送のテレビ・チャンネルが主流であったが、とりわけ二〇〇〇年代に入ってから、何十誌もの無料雑誌が創刊され、業界の勢力地図を一気に塗り替えた。そして、常にこの市場をリードしてきたのが、『アウトテルナティーヴァ』(Alternativa)という隔週雑誌である。

『アウトテルナティーヴァ』は、神奈川県愛川町に移住した二人の日系ブラジル人によって創刊された。当初はジャーナリストティックな記事はほとんどなく、「求人広告」(Classificados)が最大の売りだった。これがブラジル人のニーズに見合っていた。それまでは、多くのブラジル人は有料新聞を買い、記事よりも先に、めぼしい転職先がないかと求人広告に目を通していった。インターネットの普及により、ニュースなら簡単にパソコンで閲覧できるようになったが、求人募集の情報だけは、ネット空間での収集が困難であった。『アウトテルナティーヴァ』の登場で、求人情報が無料で入手できるようになったのだ。

#### 総合誌として発展

同誌は二〇〇四年に大きな転換期を迎えることになる。多くのジャーナリストが雇われ、本格的な総合誌として生まれ変わったのだ。硬派な特集記事、辛口の連載コラム、ユーモラスな風刺画など、徹底的にコンテンツを充実させ、読者数、ページ数、そして何より広告費の質量を向上させようという戦略であった。これが的中し、発行部への意欲の促進である。二二四号の表紙を飾った「努力は報われる〜日本語を学習したブラジル人たちが何が変わったかを語る」という特集は、この編集方針を象徴している。他方、まったく日本語がわからなかった記者による日本語学習体験記「日本語を学ぶ」(Aprendendo Japones)は人気を集めている。

しかし、もともと印象的な表紙をひとつ選ぶならば、迷わず二〇〇八年六月一九日発行の一八一号だ。この日付を見てピンと来る人もいるだろうが、二〇〇八年六月一八日はちょうど日本からブラジルへの移民百周年記念日だった。その翌日を発行日とした「百周年特集号」では、「表紙を飾れ」という企画が組まれ、反響を呼んだ。愛知県名古屋市で毎年開かれるブラジル系企業の見本市「エキスポ・ビジネス」で出展した同誌のブースを訪れた二〇〇〇人の読者全員が特設スタジオで写真撮影をし、自分の写真で一点ものの表紙を無料で作成してもらえろという大胆な企画だった。そして一八一号では、選ばれた一〇〇〇人の表紙がプロフィールとともに掲載された。

#### 経済危機の影響

二〇〇八年下半期のリーマン・ショック以降の雇用危機と派遣切りで、多くのブラジル人が職を失い、六万人以上が帰国した。一時期は三十一万人を超えたブラジル国籍者数も、二〇一〇年現在、約二五万人に減少したと推計される。在日ブラジル人向けのビジネスやサービスは不況とデフレ・スパイラルに襲われ、多数のフリーペーパーが廃

多文化を  
ささえる  
人びと

# ある無料雑誌から垣間みる 在日ブラジル人の動向

日本に住むブラジル人がもっとも頼りにするメディアは何だろうか。

在日ブラジル人の近況についてあまり詳しくない人なら、新聞やインターネットと答えるだろう。

しかし、彼ら彼女らとの付き合いが深い事情通ならば、「フリーペーパー」と答えるに違いない

## アンジェロ・イシ

武蔵大学准教授

数はみるみる膨れ上がった。二〇一〇年現在、強力な競合誌との市場争いもあり、隔週で六万部を発行するという、エスニック・メディアの世界では驚くべき数字を維持している。

さらに驚くのは、この六万部という数字が「公称」ではなく、ABC協会に証明されていることだ。ABC協会といえば、日本の代表的な日刊紙や優良誌が加盟している、部数の監査機構である。数多いブラジル系の媒体のなかで、最初にこの協会に加盟したのが他でもない『アウトテルナティーヴァ』であった。その狙いは、ヒカルド・タイ社長によれば、大量の雑誌が確実に市場に出回っていることを証明することにより、広告主に対する信頼感を高めることだった。

#### コミュニティの鏡

メディアは社会の鏡であるというが、ブラジル系のフリーペーパーを通して、コミュニティの動向や課題、そして読者の悩みや願望が垣間みられる。

『アウトテルナティーヴァ』の表紙や中身を見渡せば、景気が良かったころには、アジアのリゾート地の特集が表紙を飾ることは珍しくなかったことに気づく。また、マイホームを購入する人が増えてくると、日本で自宅を購入したため、ブラジルにいる大嫌いな姑と同居せざるはしゃいでいた男が、妻に「ママを呼び寄せたの」と告げられて、「マイホームの夢が姑との同居という悪夢に変わってしまった」という風刺画が掲載された。同誌が一貫して力を入れてきたのが日本語学習

移民百周年記念の画期的な企画



日本語学習を促進する特集。連載コラムも新設された



旬な話題を取り入れたユーモラスな漫画

W杯の年にサッカー特集は欠かせない



名古屋市の見本市ではメディアも出展している