

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

BIANCA KARINE TEIXEIRA BARBOSA

FESTA DA CEREJEIRA (SAKURA MATSURI) TRADICIONAL FESTA JAPONESA
COMO PRODUTO TURÍSTICO NA CIDADE DE CASTRO/PR

PONTA GROSSA

2017

BIANCA KARINE TEIXEIRA BARBOSA

FESTA DA CEREJEIRA (SAKURA MATSURI) TRADICIONAL FESTA JAPONESA
COMO PRODUTO TURÍSTICO NA CIDADE DE CASTRO/PR.

Trabalho de Conclusão de Curso, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado no Curso de Turismo do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador ProfºDrº Luiz Fernando de Souza

PONTA GROSSA

2017

Agradecimentos

Nesse momento gostaria de expressar a minha gratidão as pessoas que contribuíram de alguma forma em minha formação.

Mas dedico todo meu esforço e tudo o que sou graças a minha mãe que sempre está ao meu lado, não importando a situação sempre está me incentivando e torcendo, para meus sonhos realizem. Obrigada minha mãe número um!

Ao meu pai que além de me apoiar, banca todas as minhas ideias e me acompanha aos lugares mesmo quando está cansado, acabou se mostrando um ótimo companheiro.

Só tenho há agradecer a vocês e dizer que eu AMO MUITO VOCÊS!

Ao meu irmão que me ama muito, mas muito mesmo e que isso fique registrado, a Mariana, o Ablon e a Mayla obrigada a todos por me acompanharem nessa jornada e por divertirem minha vida, sinto que a vida não teria graça sem vocês, amo muito vocês.

Agradeço ao ACEC e seus organizadores, um obrigado especial para o Alvaro T. Yamamoto pela paciência e colaboração com meu trabalho mesmo sendo tão ocupado, agradeço muito pela realização desse evento e desejo sucesso.

E por último para uma pessoa muito especial, que teve muita paciência comigo e me ensinou a não julgar as pessoas pela aparência, pois foi o que aconteceu comigo a primeira vez que vi o senhor mesmo heinn Professor Luiz Fernando, o senhor me mostrou que esse seu lado mal é uma farsa. Nesses anos de aula eu aprendi a pessoa querida, amável e que tem prazer de ensinar, apesar de todos os problemas você jamais abandona um aluno seu, isso se chama caráter, honestidade e bondade e eu aprendi com você que não preciso passar por cima de ninguém para ser alguém na vida.

Do fundo do meu coração, muito obrigada!

Resumo

O presente trabalho visa apresentar como os eventos relacionados à comunidade japonesa (uso e costumes) podem contribuir para a preservação e o reconhecimento da cultura japonesa, tendo como objetivo geral deste trabalho analisar a contribuição da Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri), no município de Castro-Paraná como meio de divulgação e preservação da cultura japonesa. Tendo como base a pesquisa descritiva de natureza qualitativa, o presente estudo se concretiza por meio de levantamento bibliográfico que apresentam e definem os elementos culturais japoneses, eventos e turismo cultural, entre outros tópicos apresentados no trabalho. Pesquisa documental que disponibiliza a história da imigração japonesa até a sua colonização no município de Castro-Paraná e também da Cerejeira. Posteriormente a realização desta etapa foi realizada a efetuação de uma pesquisa de campo no local do evento com o Presidente do evento e com os representantes de cada Stands que comercializavam alimentos e brincadeiras tradicionais japonesas, além disso o trabalho faz-se da utilização do Google Maps, bem como de registros de imagens fotográficas realizada no evento. Após a realização destas etapas e mais aprofundamento sobre o problema deste trabalho, esta pesquisa mostrou que a Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri) preserva e mantém os costumes nas novas gerações, trazendo reconhecimento e resultados satisfatórios para o município, que consegue atender ao público que vai ao evento e suas expectativas.

Palavras-chave: Cultura Japonesa. Castro/PR.Eventos.

Abstract

This paper aims to present how events related to the Japanese community (use and customs) can contribute to the preservation and recognition of Japanese culture, with the general objective of this work to analyze the contribution of the Cherry Festival (Sakura Matsuri) in the municipality of Castro-Paraná as a means of dissemination and preservation of Japanese culture. Based on descriptive research of a qualitative nature, the present study is carried out through a bibliographic survey that presents and defines the Japanese cultural elements, events and cultural tourism, among other topics presented in the work. Documentary research that provides the history of Japanese immigration until its colonization in the municipality of Castro-Paraná and also of Cherry. Subsequently the accomplishment of this stage was carried out the accomplishment of a field research in the place of the event with the President of the event and with the representatives of each Stands that commercialized foods and traditional jokes Japanese, in addition the work is done of the use of Google Maps, as well as records of photographic images held at the event. After the completion of these steps and further study on the problem of this work, this research showed that the Cherry Festival (Sakura Matsuri) preserves and maintains the customs in the new generations, bringing recognition and results satisfactory to the municipality, that manages to attend to the public that going to the event and your expectations.

Key-words:JapaneseCulture. Castro / PR. Events.

Lista de Ilustrações

Figura 1 – Memorial do Cinquentenário da Colônia de Castro/PR.....	14
Figura 2 - Apresentação de Taiko (qualquer tipo de tambor) durante o evento.....	23
Figura 3 - Sembei	25
Figura 4 - Dango.....	26
Figura 5–Gyoza	27
Figura 6 -Árvore de Cerejeira	29

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Local de Residência.....	34
Gráfico 2 – Local de Hospedagem.....	35
Gráfico 3 – Como ficou sabendo do evento.....	35
Gráfico 4 - Sobre a gastronomia do evento.....	36

Lista de Mapas

Mapa 1 - Localização do Município de Castro-Paraná.....	21
Mapa 2 - Localização do ACEC (Associação Cultural e Esportiva de Castro) no Município de Castro.....	22

Sumário

Introdução.....	9
Capítulo 1.....	12
1.1 Histórico do Turismo.....	12
1.2 Turismo Cultural.....	14
1.3 Turismo de Eventos.....	15
1.4 Produto Turístico.....	17
Capítulo 2.....	20
2.1 Histórico dos Japoneses no Brasil e em Castro.....	20
2.2 Expressões Culturais Japonesas.....	22
2.3 O Festival das Flores de Cerejeira no Japão.....	28
2.4 Turismo Cultural- Tangível e Intangível.....	30
Capítulo 3.....	32
3.1 Marketing Turístico.....	32
Resultados da Pesquisa.....	34
Considerações Finais.....	38
APÊNDICES.....	40
Apêndice A: Questionário Organizadores e Stand.....	40
Apêndice B: Questionário Público.....	42
Referência Bibliográfica.....	44

Introdução

O turismo é uma atividade ligada a diversos segmentos, como o religioso, cultural, rural o ecológico entre vários outros, onde as pessoas se deslocam de sua zona de conforto para conhecer lugares que fujam da sua rotina, sendo esta atividade um importante fator de economia mundial, aumentando o consumo e também gerando empregos, o turismo proporciona que os sonhos dos turistas tornem-se realidade.

A definição de turismo segundo a Organização Mundial de Turismo é:

“O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócios e outros” (OMT, 2003, p.8).

O que motiva o deslocamento dos turistas são os destinos receptivos e o que estes têm a oferecer. Neste trabalho o destino apresentado será Castro que é um Município do Estado do Paraná fundado em 1778, localizada às margens do Rio Iapó e devido ao seu relevo privilegiado tem um forte potencial turístico, e um dos motivos de deslocamento para a Cidade de Castro ocorre devido à Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri) que ocorre anualmente no mês de Agosto deste o ano de 2009, desta maneira será analisada se existe a contribuição da festa como meio de divulgação e preservação da cultura japonesa, sendo este o problema da pesquisa.

A preservação da cultura contribui para o fomento da mesma para gerações futuras e também pode ser utilizada como meio de motivação de deslocamento de pessoas para o destino, pois o conhecimento e interação direta das pessoas (turistas e comunidade local) podem vir a movimentar a economia local por meio de consumo da gastronomia de souvenirs, além de observação do saber fazer de vestimentas e da própria cultura intangível como língua, formas de agir, danças entre outras maneiras de consumo da cultura percebida de forma intangível, que permanecerá nas lembranças daquele que vivencia.

Com a intenção de verificar como os eventos relacionados à comunidade

japonesa (uso e costumes) podem contribuir para a preservação fazendo assim que seus costumes sejam protegidos e não acabem esquecidos dessa forma sendo transmitido para as novas gerações que aqui nascem, dessa forma ajudando no reconhecimento da cultura japonesa em Castro/PR. Por meio de pesquisas bibliográficas, que serviram como base para apresentar e definir os elementos culturais japoneses, eventos e turismo cultural, entre outros tópicos apresentados no trabalho. Pesquisa documental que disponibiliza a história da imigração japonesa até a sua colonização no Município de Castro e oferece documentos sobre a Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri).

Posteriormente a realização destas etapas foi necessária a efetuação de uma pesquisa de campo exploratória, e aplicação de questionários no local do evento para os visitantes, stands e com o Presidente do Clube ACEC (Associação Cultural e Esportiva de Castro), para que assim fosse realizada uma análise e então descrita de forma ampla o evento e os elementos culturais apresentados nele.

Assim sendo pretende-se com a conclusão deste trabalho perceber se a Festa da Cerejeira contribui para a preservação e divulgação da cultura Japonesa no município de Castro/PR.

Desta maneira o trabalho foi desenvolvido em três capítulos. O primeiro capítulo traz um histórico do turismo deste o desenvolvimento como lazer, á apresentar algumas das principais motivações de deslocamento do turista, dando destaque a importância da oferta no turismo, tratando sobre como o turismo cultural traz experiências individualistas fazendo com que o mesmo produto seja visto de formas diferentes, abordando adiante as importâncias e as consequências que os eventos podem trazer, encerrando o capítulo um, é abordado sobre o produto turístico.

O segundo capítulo discorre sobre a chegada dos japoneses no Brasil e como a colônia que se encontra em Castro/PR se estabilizou, apresenta-se também algumas das principais expressões culturais que são mantidas nos dias atuais, e que são encontradas na Festa da Cerejeira por quê do período da festa e sua simbologia, seguido das definições de turismo cultural- tangível e intangível.

Por fim no terceiro capítulo apresentam-se definições do marketing e a

importância e dependência que acabou trazendo ao turismo, demonstrando também como a Festa da Cerejeira em Castro/PR aproveita do uso do marketing e quais dos meios são utilizados para realizar a divulgação da festa.

Capítulo 1

1.1 Histórico do Turismo

John Urry (1996), em sua obra a respeito das transformações contemporâneas nas viagens de lazer no mundo, analisa práticas sociais no desenvolvimento do turismo como lazer. O turismo consiste no movimento de pessoas para destinos fora de seus ambientes normais de trabalho e residência, para ao desenvolvimento de atividades que contrastam com as ações empreendidas em seu dia a dia. Isto caracteriza a atividade turística como um período de fugir do cotidiano, seguido pela intenção, do turista de retornar ao seu país de origem após um determinado período de tempo, geralmente curto.

Dentre uma das motivações de deslocamento dos turistas encontra-se a oferta, que é a quantidade de um produto ou serviço disponível para compra que cada local vai oferecer, o diferencial do lugar à ser visitado vai ser proporcional a quantidade de novidades e variedades que esta possa oferecer aos seus visitantes. Este fato faz com que o lugar tenha a oportunidade de prosperar e conseqüentemente haver uma circulação de divisa em toda a cadeia produtiva, pois as pessoas buscam atrativos, equipamentos e serviços que supram suas necessidades e os motivem a deslocar-se, sendo isso que vai definir a demanda de um lugar, pois quanto mais o lugar têm a oferecer, mais o visitante vai consumi-lo, não importando se esta motivação seja em turismo cultural, natural ecoturismo, etc.

A oferta turística compõe os produtos oferecidos para suprimir e satisfazer as necessidades dos turistas sendo estas das necessidades mais básicas como uma infraestrutura à serviços e equipamentos especializados, disponíveis em um mercado cada vez mais concorrido, fazendo com que o turista busque as melhores opções de preços e serviços que facilitarão a tomada de decisão na hora da compra, além do processo do mesmo possuir cada vez mais informações disponíveis com o acesso às novas tecnologias e à globalização.

Segundo Ignarra (2003) a oferta pode também ser notada de várias maneiras como originais que seriam os elementos naturais fazendo seu ciclo, mas que naturalmente atrai turistas para ver, como por exemplo, a florada que ocorre na Festa da Cerejeira em Castro/PR, ou processos geológicos como sedimentação ou

erosão, atividades geológicas que são encontradas em vários destinos, e as atividades de ofertas originárias que fazem parte destas, a ação do homem: como a religião, folclore a cultura e a história de cada lugar.

A oferta agregada que engloba serviços e transportes, alimentação, lazer, recreação e agências de viagens, que são de extrema importância, sendo esta quem complementa a oferta natural, uma necessita da outra e se caso não houvesse essa união um dos serviços oferecidos sempre ficaria a desejar. O deslocamento das pessoas assim como a oferta de produtos e serviços acontece na Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri) no município de Castro, que é um dos fatores motivacionais de deslocamento das pessoas para a participação do evento que é cultural e de lazer, em um ambiente de origem japonesa, sendo um entretenimento para quem deseja conhecer mais sobre a cultura da comunidade japonesa em Castro.

A oferta tangível segundo Beni (1998) é tudo o que pode ser tocado e percebido, e como acaba nos sendo acessível resulta no aumento da nossa percepção da qualidade dos objetos, na Festa da Cerejeira em Castro/PR encontra-se a árvore de cerejeira, o memorial que representa a celebração da colonização japonesa no local, as brincadeiras e os produtos vendidos que acabam estimulando as pessoas a absorver as informações.

Figura 1- Memorial do cinquentenário da colônia japonesa em Castro/PR



Fonte: Acervo da Autoral

O evento pode oferecer apenas ofertas tangíveis mas o visitante acaba se deparando com a oferta intangível, onde as emoções, a cultura, a música, o vento e a sensação de estar sentado em baixo de uma cerejeira, embora essas palavras possam se manifestar de forma tangível o sentimento que elas trazem são consideradas intangíveis. De forma a esclarecer, a oferta tangível é um bem ou serviço comprado ou vendido entre pessoas diferentes, mas a experiência e os sentimentos que ficam não têm preço e é isto que se encontra na Festa da Cerejeira em Castro/PR.

1.2 Turismo Cultural

Turismo cultural é o deslocamento feito por pessoas em busca de conhecimento ou interesse por uma nova cultura e pela experiência de escapar de sua rotina, com a perspectiva de realizar uma viagem que vai lhe agregar experiências únicas.

Segundo o Ministério do Turismo a definição de Turismo Cultural:

“compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL, MTUR, 2006, p.13).

Tendo como base a definição do Ministério do Turismo (2006) constata-se que a experiência de cada turista é algo individualista, pois o ponto de vista de pessoa para pessoa é diferente, fazendo com que por exemplo, um turista que visite a Festa da Cerejeira com o propósito de se aprofundar mais na história e vivenciar o momento, será diferente tanto a experiência quanto o olhar de um turista de negócios, que visita o mesmo produto com incremento da atratividade turística, a diferença se encontrara na visão, experiência nível de interesse de cada um.

“toda criação tem suas origens nas tradições culturais, mas se desenvolve plenamente em contato com outras. Esta é a razão pela qual o patrimônio, em todas as suas formas, deve ser preservado, valorizado e transmitido às gerações futuras como testemunho da experiência e das aspirações humanas, com o objetivo de nutrir a criatividade em toda sua diversidade e instaurar um verdadeiro diálogo entre as culturas.” (TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL, 2006, p.135).

Dessa forma a Festa da Cerejeira é uma forma de preservação da cultura japonesa na colônia de Castro/PR, sendo uma forma de manter viva uma tradição deixada pelos seus ancestrais e também de expressar o respeito que se têm pela sua cultura, além de se ver como foi o desenvolvimento de uma cultura em contato com outras, uma cultura acaba nutrindo a outra sem se perder, e o evento acaba sendo uma grande manifestação cultural.

1.3 Turismo de Eventos

Muito mais que um acontecimento de sucesso, festa, linguagem de comunicação, atividade de relações públicas ou mesmo estratégia de marketing, o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo. (ESTRATÉGIAS PARA EVENTOS; p.20).

Outras definições de eventos podem ser consideradas:

- Conjunto de ações profissionais desenvolvidas com o objetivo de atingir resultados qualificados e quantificados junto ao público-alvo;
- Conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo por meio do lançamento de produtos, da apresentação de pessoas, empresas ou entidades, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem;
- Realização de ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar seu público-alvo;
- Ação profissional que envolve pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados. (ESTRATÉGIAS PARA EVENTOS; p.20).

Para Melo Neto (1999, p.18) “é por meio da participação em eventos, que o homem moderno aprende e re-aprende a ter emoções, desenvolve o seu senso crítico, aprimora suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade”. Assim a Festa da Cerejeira realizada em Castro/PR é feita não apenas com a intenção de gerar lucro, o evento acontece como uma forma de manter a tradição viva, já que as Sakuras estão lá decorando o lugar, agora a festa cresce de forma que os organizadores conseguem acompanhar e oferecer serviços aos visitantes.

Para o Ministério do Turismo a definição de Turismo de Negócios e Eventos é: “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, MTUR, 2006, p. 46).

Ao participar de eventos as pessoas absorvem novos conhecimentos e enriquecem suas vidas, levam com elas uma nova visão de cultura, gastronomia e formas de viver, uma riqueza que ficará em sua memória pelo resto de suas vidas e divulgada por histórias que são contadas para amigos e familiares.

Como consequência, verifica-se que os eventos são importantes para o turismo porque, ao atrair pessoas de outras cidades, estão incentivando a economia e enriquecendo a vida cultural da cidade onde são realizados.

Arias (2002, p. 103) descreve o conceito de cultura como:

Una construcción específicamente humana que se expresa a través de todos esos universos simbólicos y de sentido socialmente compartidos,

que le ha permitido a una sociedad llegar a “ser” todo lo que se ha construido como pueblo y sobre el que se construye un referente discursivo de pertenencia y de diferencia: la identidad.

A importância está por existir tanta diversidade, hábitos e costumes diferentes, denotando que a importância que cada lugar dá para a sua cultura como o Frevo, Círio de Nazaré, Fandango, Tanabata Matsuri e o Sakura Matsuri, entre outros, a pessoa mesmo que saia do seu país ou cidade, ela não esquece a herança que carrega com ela e transmite a sua cultura para outras que tenham interesse.

“Um evento, independente de sua natureza e seus propósitos, é um meio de entretenimento” (MELO NETO, 2001).

Os eventos se caracterizam e organizam por meio da formatação de produtos, que são preparados para atender a demanda turística, bem como planejar o que será oferecido, serviços, equipamentos, e a infra estrutura que deverá ser planejada de forma a atender os anseios, necessidades e desejos dos turistas, procurando da mesma forma tomar cuidados referentes aos impactos negativos que possam vir a refletir no cotidiano da comunidade local, preservando assim a integridade material e imaterial da mesma.

Assim sendo o produto turístico deve ser pensado de maneira a satisfazer à todos os atores que participam e promovem a comercialização do espaço a ser ocupado pelo evento.

1.4 Produto Turístico

Um destino turístico é composto “de produtos turísticos, os quais, por sua vez, se estruturam a partir dos recursos ou atrativos existentes no lugar” (VALLS, 2006, p. 26).

Produto turístico, de acordo com o MTur é “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço” (BRASIL, MTUR, 2007c, p. 17).

Segundo Beni (2008), um produto turístico é composto de atrativos

turísticos acrescidos de infraestrutura, serviços e equipamentos comercializados de forma organizada, a fim de satisfazer às necessidades e os desejos do turista.

Ainda no produto turístico encontrasse a oferta que é a quantidade de bens e serviço que chega ao mercado por um dado preço em um dado período de tempo, e a oferta que os consumidores desejam e podem comprar a um dado preço em um dado tempo estes produtos são consumidos por uma demanda real e podem vir a ser consumidos por uma demanda potencial.

Beni (2008), aborda sobre demanda e diz que:

A demanda é determinada pelo preço do bem ou serviço sob análise, valor de outros bens ou serviços substitutivos ou complementares, nível e distribuição de renda, número e idade dos consumidores, preferências, fatores de moda e outros.

A medida que o bem de consumo é mais barato, maior quantidade dele é demandada, e vice-versa.

O turista hoje também demandam de serviços e equipamentos específicos como por exemplo, transporte com características específicas, o transporte rápido comporta a demanda de serviços aéreos; o transporte mais lento abrange a demanda de meios terrestres e marítimos. (BENI, 2008).

Beni (2008), apresenta sua visão sobre oferta:

A oferta de um bem de consumo depende de seu preço de mercado e das condições em que é produzido, os quais constituem a chamada “função de produção”, que compreende a tecnologia utilizada e os preços dos insumos necessários.

Á medida que o bem de consumo se torna mais caro as empresas passam a produzi-lo em maior quantidade e vice-versa.

Pode-se definir a oferta básica como conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante. (BENI, 2008).

Verifica-se então que o mercado do turismo demanda de uma oferta diversificada de qualidade que fazem parte de um produto ofertado pelo mesmo que será consumido por uma demanda cada vez mais exigente e informada sobre

o seu destino escolhido.

Capítulo 2

2.1 Histórico dos Japoneses no Brasil e em Castro

De acordo com TomooHanda (1987) no século XX o Japão encontrava-se em uma crise demográfica, enquanto no Brasil buscava-se mão de obra para as lavouras de café, foi então que através de um acordo feito entre o governo do Japão e do Brasil que em 18 de junho de 1908, o navio KasatoMaru, desembarca no Porto de Santos mais de 160 famílias com o intuito de trabalhar nos cafezais paulista, a intenção desses imigrantes era de conseguir enriquecer e então voltar ao Japão, devido a problemas esse sonho não pode ser realizado, o que tornou o Brasil a maior população nipônica fora do Japão.

Mesmo encontrando muita dificuldade na adaptação devido a cultura, clima e paisagem, com o fim da I Guerra Mundial, incentivados pelo governo japonês devido ao aumento da pobreza e desemprego, os imigrantes continuaram a vir ao Brasil e então expandiram sua etnia nas Américas dessa forma enraizando a cultura japonesa no Brasil (TOMOO HANDA, 1987).

Os imigrantes japoneses chegaram ao Paraná em março de 1912, assim se estabeleceram na Fazenda Monte Claro que se localizava em Ribeirão Claro no norte do Estado, mesmo com o crescimento da bataticultura devido ao fato da batata-semente ser importada, isso acabou gerando dificuldades para o plantio, a partir desse fato a Cooperativa Agrícola Cotia (CAC), iniciou a produção de batata-semente nacional certificada e em 1957 abriu uma colônia de batata-semente.

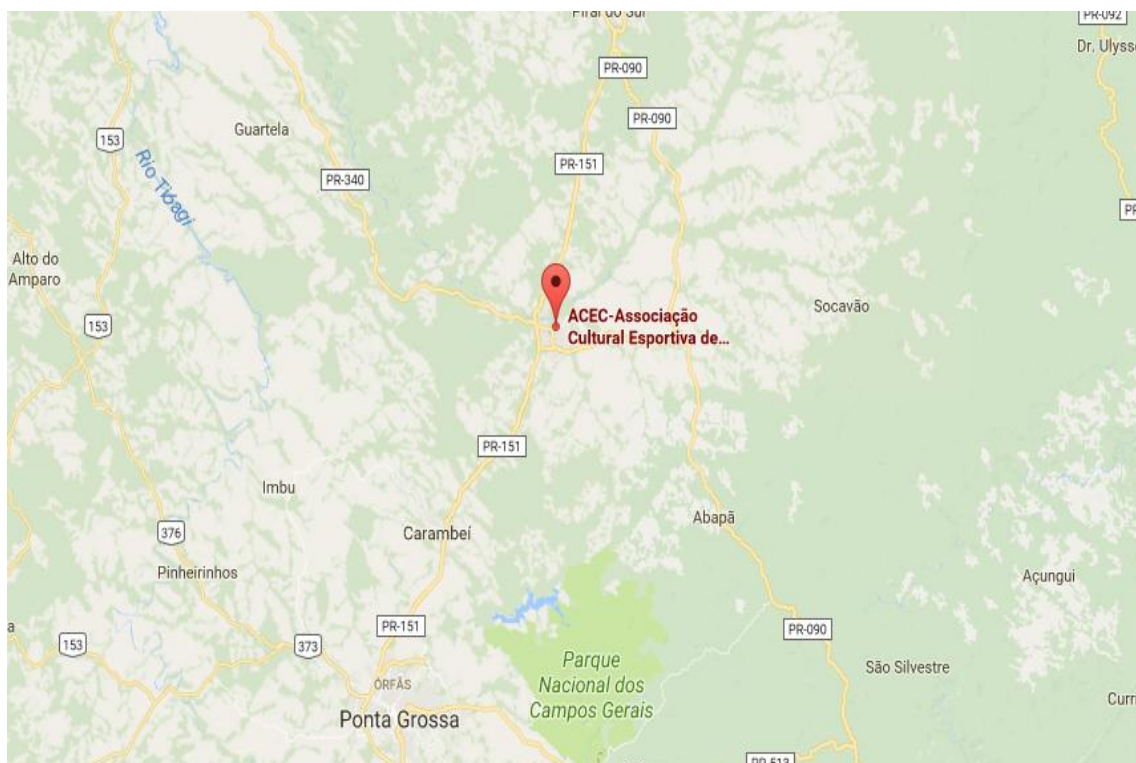
Mapa 1: Localização do Município de Castro.



Fonte: <https://www.google.com.br/maps/>

De acordo com a Câmara Municipal de Castro (2008) as excursões de São Paulo a Castro aconteceram em 9 de julho de 1958, com o intuito de ver novas terras para o plantio, mesmo diante da situação precária das estradas 32 pessoas compareceram para conhecer o lugar, no entanto 8 delas se inscreveram para ganhar terras, após a CAC adquirir as terras ela repassou para as oito pessoas e registraram como “Fazenda Copercotia”, o preparo da terra para que se inicia-se o plantio aconteceu em 12 de dezembro de 1958.

Mapa 2: Localização do ACEC (Associação Cultural e Esportiva de Castro) no Município de Castro.



Fonte: <https://www.google.com.br/maps/>

Segundo a Câmara Municipal de Castro (2008) CAC acreditou no futuro que o país tinha na agricultura, nesse momento começaram a ser selecionados imigrantes japoneses, jovens e solteiros, que vieram da organização Cotia-Seinen, e que após quatro anos de trabalho tiveram apoio de seus patrões para terem independência e adquirirem sua propriedade.

Com o trabalho árduo houve a primeira safra de batata-semente, mas por apresentar sintomas de doenças a mesma não obteve aprovação do Ministério da Agricultura, os produtos acabaram sendo enviados para São Paulo onde foram comercializadas como batata consumo, porém sua qualidade no mercado foi tanta, que Castro se tornou a maior região produtora de batata consumo da CAC.

2.2 Expressões Culturais Japonesas

Segundo o site de Cultura Japonesa (www.culturajaponesa.com.br) a

dança é uma das formas de expressão de sentimentos mais antigas usadas pelo homem, já no período paleolítico é possível encontrar pinturas de pessoas dançando, existem também várias pinturas rupestres da pré-história nas quais aparecem manifestações de danças em roda e em filas.

A dança é uma expressão cultural, que pode transmitir uma história, assim como em tempos antigos ela expressava algum sentimento e era oferecida como um meio de entretenimento era considerada um meio de lazer, o fato é que dançar faz parte da cultura do mundo todo, apenas é expressada de forma diferente devido ao fato de que cada lugar possui sua cultura.

Figura 2- Apresentação de Taiko (qualquer tipo de tambor) durante o evento.



Fonte: Acervo da Autora

No Japão existem as danças que tinham por finalidade apresentar uma história, mas também eram oferecidas e apresentadas a pessoas importantes como o imperador, um exemplo disso é o Bon Odori uma dança tradicional japonesa feita em homenagem aos mortos, mas que também remete a continuidade. Aqui no Brasil existem várias escolas especializadas em dança Bon

Odori que ensinam a dança para que sejam realizadas apresentações, na Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri) em Castro/PR o Bon Odori é uma das apresentações realizadas por jovens descendentes e não descendentes, eles se apresentam em todo o Paraná com o intuito de transmitir a cultura aqui na região.

Além dessa dança, no Japão há diversas outras como a Shibu ou Senbu aqui conhecida como “dança do leque” que também é apresentada na Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri), uma dança que normalmente representa poesias com os movimentos dos leques, a Dança das Borboletas que são representadas por rapazes, a Awa-odori que assim como o nosso carnaval aqui, essa dança representa o carnaval japonês comemorado no verão. Embora criadas primeiramente para homenagear e comemorar uma ocasião, atualmente a dança também serve como uma atividade de lazer algo relaxante, e tanto no Brasil como no Japão encontra-se pessoas realizando tal atividade em parques e praças, no espaço do evento em Castro/PR também são realizadas atividades de alongamento e relaxamento, porém ocorrem com o acompanhamento de instrutores.

Assim como a dança, a gastronomia é uma parte da cultura de cada país, devido ao fato do clima, solo e técnicas culinárias serem diferentes de região para região cria-se uma característica própria para cada lugar, essa diferença faz com que pessoas se desloquem para experimentar sabores diferentes, fazendo com que se tenha uma nova experiência e uma nova visão dos lugares.

Figura 3- Sembei.



Fonte: Acervo da Autora

Na Festa da Cerejeira em Castro/PR os pratos são feitos para serem o mais parecido possível com os do Japão, a Figura 3 é um Sembei um biscoito de arroz açucarado que é comercializado no evento, embora não seja o caso do Sembei, a comida quando representada em um evento fora do país de origem, tende a perde seu gosto e suas características originais, pelo fato de os ingredientes não serem os mesmos, ainda assim a gastronomia não deixa de gerar curiosidade e procura por algo diferente do que se é consumido diariamente, continuar a reproduzir as receitas também é uma maneira de manter viva a cultura da origem do prato em outro país.

Figura 4- Dango



Fonte: Acervo da Autora

Na Festa da Cerejeira em Castro/PR não é diferente, vendem-se pratos típicos dos eventos realizados no Japão, os pratos comercializados são feitos pelos descendentes de japoneses da própria colônia de Castro, são receitas que foram passadas de geração para geração com o intuito de que mesmo agora que eles se tornaram brasileiros, suas raízes não sejam esquecidas, um exemplo é o Dango que é um bolinho japonês feito de mochiko (farinha de arroz), outras das comidas encontradas no evento são o Yakisoba (Sosu Yakissoba) cujo nome literalmente significa “macarrão de sobá frito” é composto por legumes, verduras e algum tipo de carne, um prato que se tornou muito conhecido e procurado aqui no Brasil inclusive na hora do evento os lugares onde filas de pessoas se concentram é nos Stands de Yakisoba, devido ao fato de que o evento ocorre em um horário de almoço.

Figura 5- Gyoza



Fonte: Acervo da Autora

Outros pratos comercializados no evento são os gyozas que se caracterizam em uma massa cozida ou frita que são recheados com carne de porco ou legumes e são consumidos com molho shoyu conforme ilustrado na Figura 4, onigiri também conhecidos como nigiri ou omusubi é um bolinho de arroz japonês geralmente em forma de triângulo, ou de forma ovalada envolto por uma folha de nori (alga), harumaki (rolinho primavera), robatayaki (espetinho), bento (refeições completas), lamen, e o próprio Gohan (arroz) dentre outras no evento também é vendido alimentos e bebidas como em qualquer outro evento, no ano passado (2016) os organizadores da Festa da Cerejeira optaram por autorizar que alguns foodtrucks comercializassem alimentos e bebidas no evento, o que acabou aumentando a variedade de produtos a serem consumidos, neste ano foram poucos os foodtrucks que participaram do evento e a bebida alcoólica (Chope) foi controlada pois vender álcool não é o propósito da festa.

No Japão ocorrem muitos eventos variando de região para região, um fator que também faz com que eventos aconteçam em determinada época do ano, mas assim que as flores de Sakura começam a desabrochar é que começam a

acontecer os eventos, o qual ocorre em Castro é o Sakura Matsuri que é uma comemoração de contemplação chamada de Hanami, esses eventos eram feitos originalmente para celebrar a colheita e as cerejeiras eram as que embelezavam a paisagem, mas para ambos os lugares a Sakura representa muita sorte.

Essas celebrações acontecem em um período curto de tempo, devido ao fato das flores caírem muito rápido, por essa razão é um evento de contemplação, pois só se poderá desfrutar dessa visão uma vez ao ano, devido ao nosso clima aqui no Paraná não ser tão instável, eventos podem mudar de datas anualmente, ou até mesmo as floradas terem que ser estimuladas com produtos. Embora se tenha muito potencial para a realização de outros eventos, alguns acabam sendo típicos do Japão mesmo, devido as questões culturais, mas de qualquer forma os que acontecem são bem vindos e procurados.

2.3 O Festival das Flores de Cerejeira no Japão

De acordo com a Nippo Brasília (<http://nippobrasilia.com.br>) o Hanami Matsuri é o ato que acontece na Festa das Cerejeiras onde se contempla ou aprecia as flores de cerejeira, ou Sakura como é chamado no Japão, onde acontece entre o fim de março a meados de abril ou maio, dependendo da região, várias espécies de cerejeiras florescem por todo Japão, geralmente em Parques, Templos e outras áreas de lazer, onde são organizados eventos para a apreciação, que é feita tanto por japoneses como também por turistas estrangeiros que visitam o Japão nessa época do ano.

Figura 6-Árvore de Cerejeira



Fonte: Acervo da Autora

O foco principal desse evento é o Sakura, símbolo que representa a Primavera no Japão, momento onde se aproveita para realizar diversas atividades, envolvendo esse tema, sendo como a principal tradição o piquenique sob as árvores repletas de flores da cerejeira conforme ilustrado na Figura 6, ato que acontece há séculos e é realizada por praticamente todas as famílias japonesas.

O momento que as flores de cerejeira florescem é muito especial para o povo do Japão, pois duram apenas de uma semana a 10 dias, por isso suas flores representam a fragilidade da vida, cuja maior lição é aproveitar intensamente cada momento, pois o tempo passa rápido e a vida é curta. Por isso, durante o Hanami, os japoneses chegam pela manhã e costumam ficar até escurecer, afim de aproveitar ao máximo a beleza das flores, pois depois logo elas cairão das árvores e as pétalas se espalharam pelo chão, formando um imenso tapete rosa ou branco.

Assim como há diversas variedades de Hanami o significado também varia de pessoa para pessoa, mas sendo interpretado na maioria das vezes de forma poética, assim como para os japoneses no evento em Castro/PR também é uma oportunidade de ver e reunir os amigos e familiares para contemplar as flores e

também jogar conversa fora, mas também representa uma forma de tirar o dia para relaxar e saborear os pratos típicos do momento.

Um evento que em 2018 comemorara 110 anos da Imigração Japonesa no Brasil, 60 anos da colonização em Castro no Paraná e 10 anos da Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri), a cada ano o evento vêm crescendo mais e por conta dessa comemoração o evento espera atrair mais pessoas da cidade de Castro e região para que entrem em contado com a cultura japonesa.

2.4 Turismo Cultural- Tangível e Intangível

A tangibilização do serviço trabalha etapas que agrega valor há um lugar, apresentando como aspecto principal a observação das questões referentes ao cliente, para então concentrar-se na melhoria do ambiente, os pontos a serem trabalhados são: o ambiente físico, preço, pessoas e a comunicação. O que é feito em cada um desses itens pode mudar não só a visão do consumidor, como a procura pelo serviço.

Patrimônio cultural é um conceito amplo que inclui bens tangíveis, como ambientes naturais e culturais, incluindo paisagens, locais históricos, sítios e ambientes construídos, assim como bens intangíveis como coleções, práticas culturais passadas e atuais, conhecimentos e experiências de vida. Exemplos de patrimônios tangíveis incluem museus, prédios históricos e sítios religiosos, se eles têm um foco patrimonial, enquanto o patrimônio intangível inclui coleções, performances e festivais. Elas não incluem, no entanto, atrações turísticas que não têm um foco cultural ou patrimonial claro e reconhecível (MCKERCHER; DU CROS, 2003, p. 48).

Sendo praticamente em quase todos os casos os patrimônios indutores de turismo, ou de promoção de eventos, tangíveis ou intangíveis, são os que conduzem o deslocamento das pessoas para agregar algo novo em sua vida, como por exemplo em um evento que possa associar esses dois elementos, trazendo algo nobre para o seu conhecimento cultural.

Para que as pessoas possam informar-se e então participarem dos eventos, tem-se a necessidade de peças publicitárias, utilizadas como meio de divulgação do mesmo, com a intenção de motivar o deslocamento e visita ao local de estudo. O marketing é uma ferramenta que auxilia como direcionar estas peças

para uma demanda real e potencial.

Capítulo 3

3.1 Marketing Turístico

O Marketing Turístico têm como principal objetivo vender um lugar mostrando o que há de melhor, mostrar e informar ao que cliente o produto a ser consumido, no caso do turismo imagens e propagandas são as principais estratégias que podem ser tomadas para com os turistas.

Sobre a imagem de divulgação de determinado destino Araujo (2000, p.100) afirma que:

É importante elaborar bem a construção da imagem do seu negócio, mostrando as inúmeras vantagens que ele apresenta em relação aos seus iguais ou concorrentes. Uma imagem bem elaborada inspira confiança quanto à qualidade do serviço prestado; atrai os consumidores indecisos; bem como contribui para vender o seu produto por si mesmo.

O turismo é um produto intangível que depende muito do marketing para aproximar produtores de consumidores, ainda mais considerando-se que estes distantes do produtor. (IGNARRA, 2003).

Segundo Kotler Marketing é um processo social e gerencial pela qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.

Para DorisRuschmann (1991), marketing é:

“...a função gerencial que organiza e direciona todas as atividades mercadológicas envolvidas, para avaliar e converter a capacidade de compra dos consumidores numa demanda efetiva para um produto ou serviço específico, para leva-los ao consumidor final ou usuário, visando, com isto, um lucro adequado ou outros objetivos propostos pela empresa”.

A divulgação da Festa da Cerejeira é feita através de redes sociais como o facebook e um canal no YouTube bem como cartazes impressos espalhados pela região de Castro. Desta forma se divulga a cultura, e gera lucratividade, mas a divulgação acontece gradualmente de forma a tomar cuidado para que se mantenha a qualidade do evento e o ambiente familiar, dessa forma também se incentiva os jovens descendentes na organização do evento e mantendo a tradição.

A cada ano que passa o evento aumenta a produção, e a logística visando um público cada vez maior, pois a divulgação é feita de modo a controlar a quantidade de pessoas, embora o marketing possa melhorar, da forma como é feita nesses anos é uma maneira de se evitar a super lotação e assim se manter o controle. Mesmo dessa forma o evento consegue atrair pessoas de outras cidades, os quais buscam um evento cultural de lazer e familiar que a ACEC consegue proporcionar.

Resultados da Pesquisa

Tem-se como resultado desta pesquisa, além da construção teórica sobre a cultura Japonesa no Município de Castro, também o resultado da pesquisa *in loco* que foi realizada no dia da festa pela autora da pesquisa. As pesquisas constam dos Apêndices A e B sendo, o Apêndice A referente ao Presidente da ACEC e os Stands de alimentos e entretenimento e o Apêndice B pesquisa realizada com 40 dos visitantes no evento.

Como resultado tem-se:

Quanto ao local de Residência:

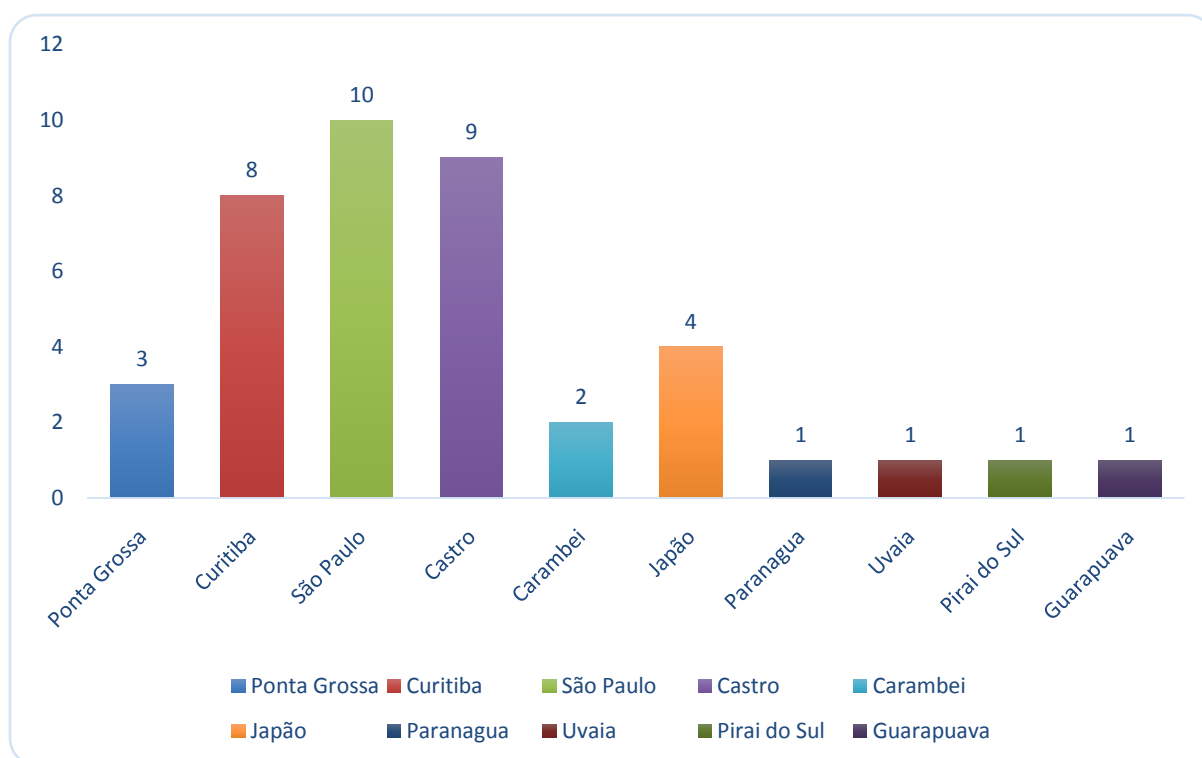


Gráfico 1: Local de Residência

Fonte: Autor

Observando o gráfico 1, tem-se que a grande maioria 95% são de pessoas vindas de fora do Município o que comprova que a festa realmente traz turismo para o local, podendo contribuir para a econômica, e geração de empregos temporários.

Em relação ao meio de hospedagem utilizado pelo entrevistado, tem-se que:

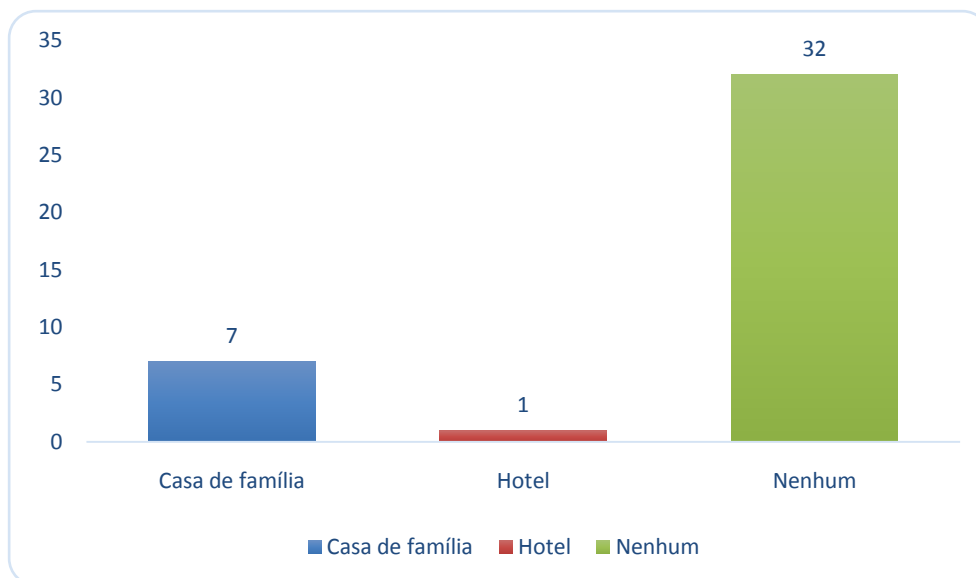


Gráfico 2: Local de Hospedagem
Fonte: Autor

Por meio da análise do gráfico 2, somente 1 pessoa estava hospedado em equipamento turístico, sete pessoas hospedadas em casa de familiares, e 80 % (32) pessoas são consideradas de acordo com a teoria de turismo como excursionistas, pois não utilizaram-se de equipamentos de hospedagem durante sua visita à Festa.

Em relação de como a pessoa ficou sabendo sobre o evento, tem-se:

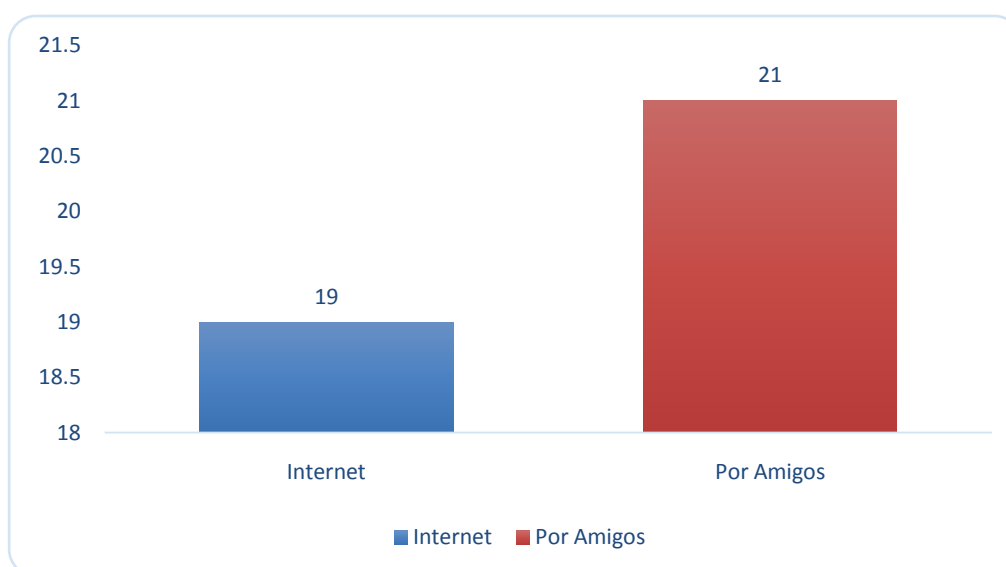


Gráfico 3: Como ficou sabendo do evento
Fonte: Autor

Em relação ao gráfico 3, tem-se que ainda o boca a boca é o meio de divulgação que mais tem reflexo em eventos de cidade de pequeno porte, em que

o principal motivo vem a ser a cultura local, isto em relação ao custo benefício, mas todavia a diferença já se faz pequena, percebendo que apenas 2 pessoas a menos que souberam da festa por meio de internet, talvez diferente de eventos de grande porte que tem como apelo shows onde o meio mais utilizado e eficaz seja a internet mesmo. Apesar de que 25% dos entrevistados percebem que a divulgação pode vir a melhorar quando questionados sobre o tema.

Em relação a qualidade do espaço onde a festa acontece, 95% das pessoas colocaram que o local está adequado para a realização do evento, sendo o suficiente para sanar os anseios dos visitantes.

Sobre a gastronomia, tem-se que:

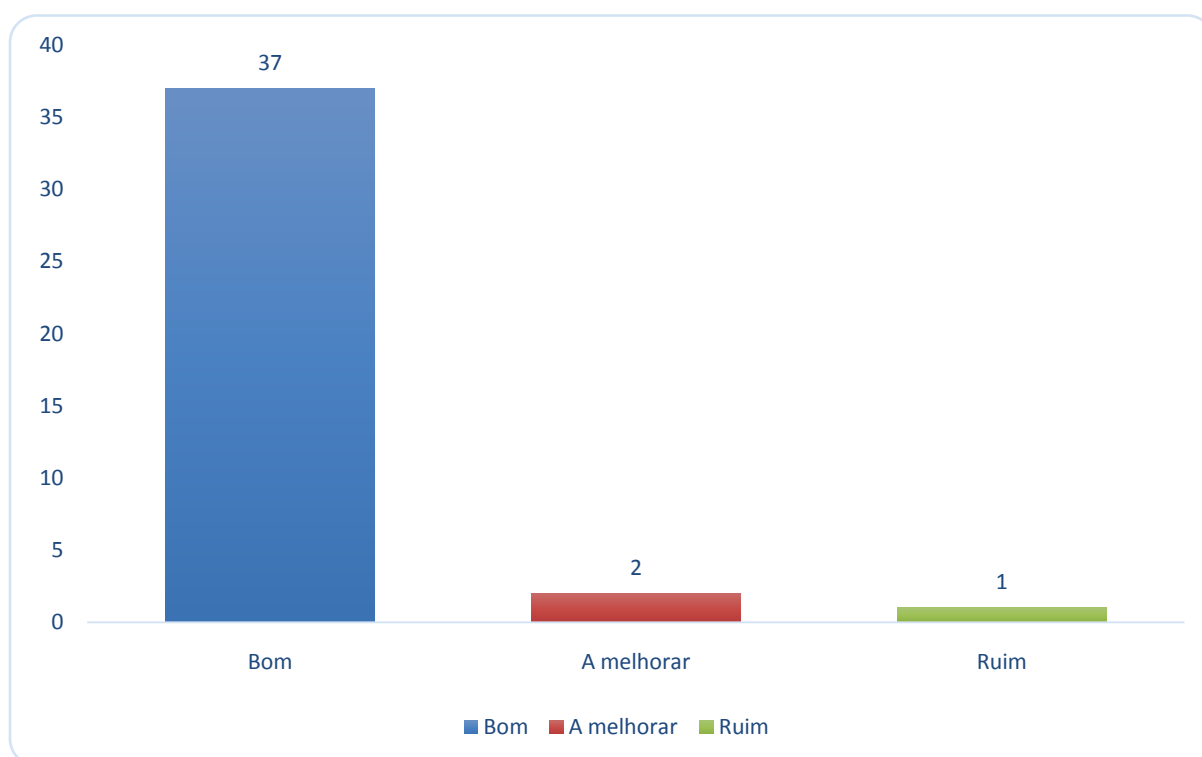


Gráfico 4: Sobre a gastronomia do evento

Fonte: Autor

Para 92,5% dos entrevistados consideram a alimentação boa, demonstrando que o que é oferecido enquanto gastronomia está sendo valorizado em questão de qualidade para os visitantes da festa.

Em relação à segurança da festa 100% dos entrevistados creem que a mesma é segura, já em relação ao estacionamento apenas 1 pessoa colocou que deve ser melhorado e sobre o horário de funcionamento do evento, apenas dois acreditam que o horário não está adequado.

Percebe-se que com a análise das entrevistas, o evento vem sendo de

acordo com o esperado, tendo uma boa avaliação de seus participantes quase que como 100% de aprovação.

Em relação aos resultados obtidos pelos proprietários dos stands, ou seja dos empreendedores que investem na infra-estrutura de apoio e turística para o evento, tem-se:

A Festa da Cerejeira é realizada com o intuito de manter preservada a cultura japonesa, e com a realização da festa acaba se contribuindo para o reconhecimento e promoção da cidade de Castro/PR como influência da imigração japonesa, além de trazer resultados satisfatórios para o município, como o financeiro e o cultural, ocorre também a divulgação do município fazendo assim com que se pense na possibilidade de expandir o evento para alcançar um público maior.

Apesar de seus pontos positivos o marketing do evento ainda é satisfatório em partes, o seu meio de divulgação mais usado é a internet mas o convite é realizado entre amigos, a Festa d Cerejeira em Castro/PR têm a intenção de proporcionar ao público a sensação de estarem no Japão e como o evento ocorre em um fim de semana os dias acabam sendo suficientes, trazendo assim contribuição financeira e retorno gastronômico cultural.

De acordo com a entrevista realizada com o presidente do evento, tem-se como resposta:

Um dos principais objetivos da ACEC (Associação Cultural e Esportiva de Castro) é justamente incentivar, divulgar e preservar a cultura japonesa, no próprio evento ocorrem brincadeiras e vendas que são voltadas a cultura japonesa para manter as tradições e a união da colônia, e como as cerejeiras são simbolicamente muito importantes no Japão a festa acaba sendo algobem tradicional, desta forma o evento acaba estimulando o trabalho e a união da comunidade interna da associação japonesa, além de proporcionar o contato para a comunidade externa conhecer.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi analisar a contribuição da Festa da Cerejeira (Sakura Matsuri), no município de Castro/PR como meio de divulgação e preservação da cultura japonesa.

Após a crise demográfica no Japão, os japoneses encontraram no Brasil que buscava mão de obra nas lavouras de café, uma oportunidade para melhorar de vida isso aconteceu em 1908, alguns japoneses após uma temporada voltaram ao Japão mas os que decidiram ficar aqui com seu trabalho duro começaram a expandir sua etnia e ganharam seu pedacinho de terra onde poderiam ser independentes e manter viva sua cultura, em Castro no ano de 2018 será comemorado os 60 anos da colonização japonesa, na Festa da Cerejeira.

Um evento importante levando em conta que as Sakuras duram pouco tempo, um lugar onde se preservou a cultura e não se deixou morrer os eventos da cultura japonesa, não apenas o Sakura Matsuri mas vários outros, um evento que incentiva a interação de pessoas de culturas diferentes, apresentando novidades e mesmo assim conseguindo manter o foco do evento em família onde você encontra diversão mas também tranquilidade, uma forma natural de se manter viva a cultura e mesmo os visitantes acabam sem nem mesmo perceberem acabam vivendo a cultura também.

Com base nos dados coletados na presente pesquisa, é possível apontar e afirmar que a festa é realizada para manter preservada a cultura japonesa e que como consequência a festa contribui para o reconhecimento e promoção da cidade de Castro/PR como influência da imigração japonesa pudesse notar o crescimento o evento pelo aumento das caravanas que vêm visitar o evento que têm como uma das intenções proporcionar ao público a sensação de estar no Japão dessa forma é alcançado um publico em geral, com a organização e a sinalização atende as necessidades dos visitantes.

Com a realização deste trabalho se evidencia que o evento pode alcançar proporções maiores, pelo fato de que os organizadores conseguem transmitir o gosto pela própria cultura fazendo assim o trabalho parecer mais divertido, e pelo local do evento possuir uma infraestrutura adequada para atender as necessidades dos visitantes. Com a realização deste trabalho eu tive uma percepção de como é um evento que ainda está em desenvolvimento e que não destrói sua cultura nem

seu patrimônio por fins lucrativos, foi um exemplo de como o turismo pode ser bem usado.

Constatando que os eventos relacionados a comunidade japonesa contribuem para a preservação da cultura e trazem reconhecimento da cultura japonesa no Município de Castro no Paraná.

APÊNDICES

Apêndice A: Questionário Organizadores e Stand

1- A Festa da Cerejeira é realizada com o intuito de manter preservada a cultura japonesa?

Sim Não

Porque? _____

2- A realização do evento da Festa da Cerejeira contribui para o reconhecimento e promoção da cidade de Castro como influência da imigração japonesa?

Sim Não

Porque? _____

3- A Festa da Cerejeira traz resultados satisfatórios para o município?

Sim Não

Quais?

Financeiro Cultural Divulgação de Município

4- É pensado na possibilidade de expandir o evento e alcançar um público maior?

Sim Não

Porque? _____

Como? _____

5- Como você percebe o marketing no evento?

Satisfatório

Satisfatório em Partes

Não Satisfatório

6- Quais os instrumentos de divulgação da Festa da Cerejeira são utilizados?

Internet TV Rádio Outdoor Jornal

7- Ao realizar o evento têm se a intenção de proporcionar ao público a sensação de estarem no Japão?

Sim Não

8- Contribuição Financeira?

() Sim () Não

9- Os dias do evento são suficientes?

() Sim () Não

Quantos? _____

10- O evento traz retorno gastronômico cultural?

() Sim () Não

Apêndice B: Questionário Público

- 1- Idade: _____
- 2- Sexo: F M

 Sozinho(a) Acompanhado(a)
- 3- De onde é? _____
- 4- Onde está hospedado?
 Casa de Família Hotel Nenhum
- 5- Como ficou sabendo do evento?
 Internet TV Rádio Outdoor Por amigos
- 6- O que acha do espaço em que acontece o evento?
 Bom A melhorar Ruim
- 7- O que acha sobre a divulgação?
 Bom A melhorar Ruim
- 8- O que acha sobre a alimentação?
 Bom A melhorar Ruim
- 9- O que acha sobre a segurança?
 Bom A melhorar Ruim
- 10- O acesso ao estacionamento é:
 Bom A melhorar Ruim
- 11- O horário do evento é adequado?
 Sim Não
- 12- Qual horário seria adequado? _____
- 13- Os dias do evento são suficientes?
 Sim Não
- 14- Poderia ser em dia de semana?
 Sim Não
- 15- Qual o período?
 Manhã Tarde Noite

Sugetão: _____

Referência Bibliográfica

ARIAS, P. G. **La cultura: Estrategias Conceptuales para comprender a identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia.** ed. Abya-yala. 2002. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/artes/a-importancia-das-raizes-culturais-para-identidade-.htm>>

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. **Estudo de competitividade de produtos turísticos.** 2011. 56 p. Brasília, SEBRAE.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** 2008. 13 v. São Paulo.

BRITTO, J. **Estratégias para Eventos: uma ótica do marketing e do turismo.** . 2 ed. Aleph. 2006.

CÂMARA MUNICIPAL DE CASTRO. Disponível em: <<http://www.camaracastro.pr.gov.br/interlegis.php?id=2080>>

CARNEVALLI, J.; MIGUEL P. A. **Desenvolvimento da pesquisa de campo, amostra e questionário para realização de um estudo tipo survey sobre a aplicação do QFD no Brasil.** Disponível em: <http://www.etecagricoladeiguape.com.br/projetousp/Biblioteca/ENEGEP2001_TR21_0672.pdf>

CULTURA JAPONESA. Disponível em: <<http://www.culturajaponesa.com.br/?cat=22>>

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** Futura, 1998.

HANDA, Toomo. **O imigrante japonês: história de sua vida no Brasil.** São Paulo: Centro de Estudos Nipo-Brasileiros, 1987. Disponível em: <<http://imigrantesjaponeses.com.br/O%20Imigrante%20Japones.pdf>>

ICOMOS. **La Carta Internacional sobre Turismo Cultural.** Disponível em: <<http://www.icomos.org>>

KÖHLER, A. F.; DURAND, J. C. G. **Turismo Cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências.** Turismo - Visão e Ação - vol. 9 - n.2 p. 185-198 maio /ago 2007. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/204>>

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: orientações básicas.** 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.** Disponível em: <http://turismo.mg.gov.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=297>

Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil. Disponível em:
<http://www.centenario2008.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=30>

Nippo Brasília. **Festival da Cerejeira, Sakura Matsuri e Hanami.** Disponível em:
<<http://nippobrasilia.com.br/artigos/festival-da-cerejeira-sakura-matsuri-e-hanami/>>

Noções Básicas de Turismo. Disponível em:
<http://portal.pmf.sc.gov.br/arquivos/documentos/pdf/11_11_2009_12.49.07.432d004c9d8ab2ee89f865e5710b8bd7.pdf>

OLIVEIRA, S. T.; JANUÁRIO, M. V. C. **Os eventos como potencializadores do turismo regional:** o festival de inverno Bahia, Cultur, 2007. Disponível em:
<<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo5.pdf>>

ROCHA, R. **Tangibilizar:** A arte de vender serviços, 2014. Disponível em:
<<http://www.ideiademarketing.com.br/2014/03/25/tangibilizar-a-arte-de-vender-servicos/>>

RODRIGUES, D. **Patrimônio cultural, Memória social e Identidade:** uma abordagem antropológica. Disponível em:
<<http://www.ubimuseum.ubi.pt/n01/docs/ubimuseum-n01-pdf/CS3-rodriques-donizete-patrimonio-cultural-memoria-social-identidade-uma%20abordagem-antropologica.pdf>>

SILVA, L. W. C. **Resgate Histórico E Cultural Afro-Brasileiro:** contribuição para construção da identidade nacional. 2013. Disponível em:
<http://www.posgraduacaoredentor.com.br/hide/path_img/conteudo_54246a748a114.pdf>

TALAVERA, A. S. **Turismo Cultural, Culturas Turísticas.** Horizontes Antropológicos, 2003. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003>

Turismo.gov.br. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>

WATT, D. C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo.** Porto Alegre: Bookman,, 2004.

WIGGERS, M. M. **Interconexões:** Paisagem e Patrimônio Cultural. 2014. Disponível em: <<http://www.forumpatrimonio.com.br/paisagem2014/artigos/pdf/127.pdf>>