

Festivais Maturis como Referencial Cultural e Turístico da Etnia Japonesa em Curitiba, Paraná, Brasil

Miguel Bahl¹, Ivana Gaio Murad²

RESUMO

O artigo trata sobre Maturis, festivais da etnia japonesa realizados na cidade de Curitiba, Paraná (Brasil). É um estudo de caso de caráter descritivo com a intenção de resgatar parte do histórico de imigração japonesa no Brasil, a fim de perceber a importância dos festivais Maturis como referencial da etnia e como forma de inserção social do grupo na capital paranaense. Utilizando pesquisa bibliográfica, busca eletrônica e observação direta intensiva, o estudo traz como resultado a descrição dos três festivais mais importantes da etnia na cidade (Hana Matsuri, Imin Matsuri e Haru Matsuri), demonstrando a relação dos mesmos como referencial étnico japonês e a apresentação do resultado de pesquisa de campo empreendida em 2009, junto ao Hana Matsuri e ao Imin Matsuri. Também evidencia a importância da existência de produtos étnicos culturais para um grupo de imigrantes, principalmente em uma capital cosmopolita como Curitiba, que contemplem o significado real de sua cultura, sem que se tornem apenas um bem de consumo.

ABSTRACT

Maturis Festivals as cultural and turistic benchmark of japanese ethnicity in Curitiba (Paraná, Brazil). The article discusses about the Maturis, Japanese ethnic festivals realized in Curitiba, Paraná (Brazil). It is a descriptive case study that intends to briefly redeem part of the history of Japanese immigration in Brazil, in order to understand the importance of Maturis festivals as an ethnic

Revista Rosa dos Ventos

5(4) 602-615, out-dez, 2013

© O(s) Autor(es) 2013

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Palavras-chave: Identidade cultural. Referencial étnico. Imigração japonesa. Maturis. Curitiba, Paraná, Brasil.

¹ **Miguel Bahl** – Doutor. Graduado em Turismo e licenciado em Geografia. Professor da Universidade Federal do Paraná junto ao Curso de Graduação em Turismo e nos Programas de Pós-Graduação de Mestrado e Doutorado em Geografia e do Mestrado em Turismo. Editor da Revista Turismo e Sociedade E-mail: migbahl@gmail.com

² **Ivana Gaio Murad** – Especialista. Graduada em Turismo. Pesquisadora vinculada ao grupo de pesquisa Turismo e Sociedade. E-mail: ivana_murad@hotmail.com

referential and as a kind of social insertion of the group at the capital of Paraná. Using literature search, electronic search and intensive direct observation, the study results in a description of the three most important festivals of the ethnic group in the city (Hana Matsuri, Imin Matsuri and Haru Matsuri), showing their relation as an ethnic Japanese referential and showing the result from the field research applied in 2009, during the Hana Matsuri and Imin Matsuri Festivals. It also highlights the importance of ethnic cultural products to a group of immigrants, especially in a cosmopolitan capital like Curitiba, that represents the real meaning of their culture, not only to become something to consume.

Keywords: Cultural identity. Ethnic referential. Japanese immigration. Matsuris. Curitiba, Paraná, Brasil

INTRODUÇÃO

Curitiba, Paraná, pode ser considerada como uma cidade cosmopolita, marcada pelos traços de diversas correntes imigratórias que sofreram influências e influenciaram a sociedade na qual foram inseridas, principalmente aquelas oriundas de alemães, japoneses, italianos, poloneses e ucranianos. O patrimônio cultural que essas etnias apresentam ainda é percebido de diversas formas em seu contexto urbano, seja através de marcos, locais e edificações históricas, seja através de costumes, tradições, hábitos, artes, comemorações, festas e outras formas de demonstração de seu patrimônio imaterial. Dentro desse cenário destaca-se a etnia japonesa, a qual completou, em 2008, cem anos de imigração para o Brasil.

O ano do centenário foi marcado por comemorações, festividades, atividades e homenagens à etnia, o que despertou nos presentes autores a atenção para um de seus eventos mais conhecidos: os festivais Matsuris³. Realizados três vezes ao ano, cada um tem seu significado específico, sendo o primeiro deles o Hana Matsuri, ou Festival das Flores, realizado em abril; segue-se o Imin Matsuri, ou Festival da Imigração, em junho; e por fim o Haru Matsuri, ou Festival da Primavera, em setembro. Tais eventos merecem estudos que intentem perceber qual o seu real valor cultural, tanto para os pertencentes à etnia, quanto para aqueles que a apreciam. Isso se dá, também, pela importância que os eventos, de maneira geral, vêm recebendo em todo o mundo, pelos benefícios que geram quando bem planejados, independentemente de seus portes. Acerca desse tema, Moreira (2007 e 2008), ao realizar um estudo sobre o festival da etnia japonesa realizado em São Paulo, chama a atenção para a importância de ocorrer um maior número de pesquisas acerca de eventos como esse, com caracteres étnicos ou não, que tenham significado para a integração da comunidade.

Com isso, na preparação desta pesquisa, fez-se necessário resgatar de forma sucinta o histórico da imigração japonesa no Brasil, de modo a perceber como se dá sua inserção nas cidades, especialmente em Curitiba, e a forma de representação social de tal etnia, através da análise dos Matsuris, uma vez que tais eventos congregam diversos setores e pessoas da comunidade *nikkei*⁴ em um só local. Devido à importância destes festivais, considera-se que representam verdadeiramente os remanescentes da cultura e tradições japonesas, trazendo resultados positivos para todos os envolvidos. Ainda, destaque-se que tal não deve ocorrer de maneira artificial ou construída apenas para os visitantes, tornando-se um mero bem de

³ Matsuri: festival, festa.

⁴ Nikkei: Termo usado para definir os descendentes de japoneses nascidos no exterior.

consumo, ao invés de transpassar a identidade do grupo étnico em questão e estreitar os laços dos descendentes orientais.

Para isso, a metodologia de trabalho desenvolveu-se a partir de estudo descritivo, uma vez que, segundo Dencker (1998), o mesmo “procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis” (p.125). Desse modo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, através de livros e publicações sobre oferta turística, atrativos turísticos de base cultural, eventos, legados étnico-culturais e referências históricas sobre os imigrantes japoneses no Brasil, bem como busca eletrônica acerca de dados e informações sobre os Maturis, a fim de perceber a relação cultural da etnia com tais eventos.

Além disso, para que fosse possível descrevê-los, empregou-se a técnica de documentação direta, através de pesquisa de campo, ou seja, a que “constitui-se, em geral, no levantamento de dados no próprio local onde os fenômenos ocorrem” (Lakatos & Marconi, 1991, p.186), para obter dados durante a realização dos festivais Maturis, juntamente com a observação, direta e intensiva, realizada no dia 4 de Abril de 2009, durante o Hana Matsuri e 20 de Junho do mesmo ano, durante o Imin Matsuri.

Assim, levando-se em conta a importância estratégica que os eventos podem ter como difusores de um legado étnico que faz parte da história passada e presente de Curitiba, o que mantém a atualidade dos dados coletados, considerou-se que o resgate histórico do grupo e a relação com suas atividades culturais pode trazer resultados que levem à melhoria de suas realizações. Desta forma, tornando os festivais um singular referencial da etnia para seus descendentes, bem como para os demais moradores da cidade de Curitiba e visitantes, buscou-se chamar a atenção de instituições públicas e privadas, a respeito da potencialidade turística dos Maturis.

DO JAPÃO À CAPITAL PARANAENSE

Inúmeros são os motivos que levaram às correntes emigratórias por todos os continentes, destacando-se fatores de ordem econômica, social, política, religiosa, cultural, psicológica e outras que permeiam as relações em sociedade (Justo, 2008). No Brasil as primeiras migrações mais consistentes de estrangeiros ocorreram a partir do século XIX e, especialmente após a abolição da escravidão e proclamação da República, retraçaram muitos rumos do país. Entretanto, os grupos que mais foram destacados de maneira positiva por historiadores, políticos e pela imprensa da época, foram àqueles vindos do continente europeu (Silva, 2008).

Na ‘era de ouro’, entre 1900 e 1913, o Brasil aumentou sua produção e participação no mercado internacional. No período, o incremento na infraestrutura de transportes, a estabilidade de preços, o aumento de investimentos europeus e levou a ampliação das exportações, em especial do café, principal atividade econômica do país, cultura que dependia do mercado externo e de intensa disponibilidade de mão de obra. Além disso, Dezem (2008) ressalta outra necessidade que levou às políticas brasileiras de imigração, quais seja, a necessidade de, principalmente ao Sul do Brasil, povoar estrategicamente os vazios demográficos, utilizando-se para tal da criação de núcleos coloniais.

Ao mesmo tempo, em 1902 a Itália havia proibido a emigração subsidiada de italianos para São Paulo, a qual era, até então, a maior corrente imigratória no Brasil, sendo necessário buscar

outras fontes de mão de obra para atender as lavouras. Tal necessidade foi ao encontro da política emigratória tutelada implantada no Japão, a qual tinha por objetivo conquistar novos espaços para solucionar problemas da explosão demográfica naquele país, bem como suprir a necessidade de terras cultiváveis e matérias-primas essenciais para o desenvolvimento do país, de modo a alcançar as potências imperialistas ocidentais (Alemanha, Estados Unidos e Inglaterra) e a Rússia como potência oriental (Dezem, 2008). Então, em 5 de Novembro de 1895, ainda conforme Dezem, Brasil e Japão assinaram o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação, selando laços de amizade com o império oriental e iniciando oficialmente as relações diplomáticas com o país. O autor ainda esclarece que, todavia, as imigrações de japoneses foram iniciar-se treze anos depois, quando em 18 de junho de 1908 a companhia particular de emigração dirigida por Ryu Mizuno aportou em Santos com a primeira leva de emigrantes ao país, vinda no navio Kasato Maru.

A partir daí a emigração de japoneses passou por um longo processo, sendo que em um primeiro momento a grande maioria deslocava-se com intenção de permanência temporária na nova terra, enfrentando dificuldades financeiras e choques culturais. Num segundo momento os emigrantes já chegavam mais bem adaptados e integrados à economia, buscando fixarem residência no Brasil e aos poucos estabeleceram um legado étnico em diferentes cidades. Desde os primórdios da imigração japonesa, acordos, tratados, visitas de reconhecimento, intermediação de companhias privadas, tornaram esse processo possível para aqueles orientais que eram inicialmente vistos como exóticos e inferiores aos brasileiros, tornando-se com o passar dos anos parte importante da população do País.

No Paraná a opinião era a mesma, segundo Seto e Uyeda (2002) havia uma grande campanha contra os recém-chegados imigrantes em São Paulo, considerando-os uma ameaça à economia, à sociedade e cultura brasileira. Os jornais da época que circulavam na capital, Curitiba, publicavam notícias com críticas explícitas aos imigrantes com a intenção de criar uma predisposição no Estado contra eles, ganhando a simpatia de muitos leitores. Mesmo assim, a partir de 1909 os japoneses passaram a fixar residência em pequenos grupos no Estado até 1915, para então em 1917 surgir a primeira colônia japonesa, a Colônia Cacatu em Antonina, a qual iniciou-se com 250 alqueires de terra e alguns imigrantes, o que levou estes a incentivarem a vinda de diversos outros para mão de obra e cultivo da nova terra, dando início a uma agricultura em escala destes ao Sul do Paraná. (Seto & Uyeda, 2002).

No Norte do Estado a imigração começou a expandir-se, surgindo diversos núcleos coloniais, de modo com que, segundo exposto em publicação comemorativa aos cem anos de amizade Brasil-Japão, intitulada *Os japoneses no Paraná* (patrocinada em 1995, pelo então ainda existente Banco do Estado do Paraná - Banestado): “A afluência de colonos, espontânea ou dirigida por companhias de colonização, foi de grande intensidade, tornando o Norte paranaense a maior concentração japonesa no Paraná” (Banestado, 1995, p.9).

Assim, com a construção das diversas colônias, o Paraná alcança no período vigente a segunda posição no território brasileiro como estado com maior contingente de japoneses e seus descendentes, ficando atrás somente de São Paulo, sendo que esse grupo étnico é o mais representativo numericamente em comparação com os outros existentes no Paraná (Banestado, 1995). Segundo Milan (2008), a partir de publicação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que traça o panorama de ocupação dos imigrantes japoneses, reunindo dados do censo de 1920 a 2000, era mais de 140 mil *nikkeis* no Estado e 50 mil somente em Curitiba.

Tal fato deve-se à Curitiba ter um caráter metropolitano em uma época de progresso do Estado pela cultura cafeeira, havendo na década de 1960 um aumento evidente na população curitibana, inclusive da etnia japonesa que subiu de 701 japoneses em 1920 para 28.158 (Milan, 2008). A busca pela educação dos filhos e melhores oportunidades profissionais foi um dos fortes motivos para isso, juntamente com a necessidade de investimento em pequenos negócios, participação nas comunidades locais e, como demonstrado, o clima e solo ideal para a produção hortifrutigranjeira, que se tornou uma especialidade dos japoneses.

Dessa maneira, famílias inteiras fixavam-se na capital e em suas redondezas, nos bairros do Uberaba, do Campo Comprido, de Santa Felicidade e no município de Araucária, alcançando representatividade na área comercial, empresarial e de ensino em Curitiba, com os *nikkeis* unidos através de diversas associações, clubes e entidades. Para Bahl (2004) a presença japonesa em Curitiba fica evidente através de tais organizações, sejam sociais ou esportivas, restaurantes, jardins e praças característicos, centros culturais, estádio de beisebol, igrejas e templos e outras manifestações da cultura que se integrou com a comunidade curitibana.

Ainda, complementa que para os descendentes japoneses, seus acontecimentos sociais realizados em Curitiba perpassam a relevância de suas edificações. Isso porque em seu estudo realizado de 1993 a 1994, o clube Nikkei, a então Sociedade Nipo-Brasileira (Kuenkio), restaurantes, e eventos foram os mais indicados pelos japoneses pesquisados, como locais que representavam e representam pontos de encontro dos mesmos. Todavia, outras edificações também foram indicadas, principalmente a Praça do Japão, mas também a Praça Himegi; o Estádio de Beisebol; o Mercado Municipal; a sede da Seicho-No-Ie; a União dos Gakusseis e a Sociedade Glória, como marcos que evidenciaram e ainda evidenciam a presença japonesa em Curitiba.

Dessa forma, percebe-se a existência de um legado étnico-cultural do grupo na cidade, considerando que por legado cultural entende-se aquele que:

[...] inclui não apenas os bens tangíveis como também os intangíveis, não só as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, e não só aquilo que representa a cultura das classes mais abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos (Barretto, 2000, p. 11).

Com relação à etnicidade, esta não se remete necessária e tão somente às características culturais de certo grupo em seu país de origem, uma vez que transcende fronteiras, podendo referir-se àqueles que emigraram, aos que foram influenciados pela cultura estrangeira de invasores e outros que mantiveram sua cultura como um grupo de minoria, frente à cultura expressa nacionalmente (Cardozo, 2006).

Em se tratando dos imigrantes, Cardozo também discorre sobre a forma com que constituem sua etnicidade, através do modo como constroem sua comunidade e organizam-se no novo local de vida, agregando a ele os conhecimentos adquiridos na sociedade de origem. A esse respeito, a partir da mesma autora, pode-se afirmar que para manter a cultura étnica, a construção de produtos culturais étnicos faz-se importante, de modo com que tenham significado para a comunidade para que não sejam olvidados e, conseqüentemente, substituídos por outros sem um conteúdo étnico real.

Os produtos étnicos culturais podem ser variados: obras arquitetônicas; festividades; idiomas e/ou expressões; trajes típicos; grupos artísticos de música e dança; gastronomia; tradições orais; religiosidade; literatura e tantos outros que facultam exprimir significância cultural para aquele

povo e/ou demarcar fronteiras (étnicas/culturais) demonstrando sua presença (Cardozo, 2006, p. 144)

É nesse sentido que deve haver uma preocupação em evitar a transformação do legado cultural apenas em um bem de consumo, perdendo seu significado real e voltando-se para objetivos econômicos, em consequência de uma exigência do mercado turístico internacional, onde a cultura autóctone constitui a matéria-prima que fará parte da oferta de um produto turístico comercializável e competitivo (Barretto, 2000).

[...] há que se levar em consideração que os locais que possam ser utilizados turisticamente deverão ser preparados em primeira instância para a própria localidade, num trabalho de autoconscientização, embasando novas propostas e discutindo-as com a comunidade (Bahl, 2004, p. 67).

Em consonância com tais afirmações, pode-se enfatizar que antes de se pensar na atividade turística, os representantes de uma etnia ao decidirem utilizar o seu aparato cultural para a formatação de produtos étnicos, devem pensar em interagir inicialmente junto aos demais moradores da própria localidade em que se encontram. É possível que a exteriorização da cultura seja incentivada, mesmo que seja pela exigência e competitividade da 'indústria do entretenimento', de maneira positiva, quando esta colabora para valorizar o resgate da memória, fortalecendo a identidade do grupo étnico e valorizando a própria cultura.

Assim, algumas cidades vão se tornando conhecidas, nacional e até internacionalmente por razão dos legados étnicos nelas existentes. Esse reconhecimento contribui para a valorização da cultura dos grupos e mesmo por parte daqueles que não pertencem a eles, mas tornam-se simpatizantes quando as conhecem. Nesse contexto, considera-se que os festivais Matsuris realizados em Curitiba, representam um produto étnico referencial do grupo, capaz de contribuir para essa valorização cultural japonesa.

OS MATSURIS

Para compreensão de se vincular festivais como um dos tipos de eventos ligados a uma determinada área de interesse, tem-se a partir da definição de Tenan (2002) que consistem em “[...] um evento artístico-cultural, composto de apresentações previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial. Tem frequência variável e pode acontecer em ambientes abertos ou fechados” (p.30). Ou ainda, de acordo com Melo Neto (2001) que destaca o lado esportivo e cultural dos festivais, definindo que são eventos que sedimentam tradições esportivas e culturais de uma região. Para ele é essencial a participação da população local neste tipo de evento e a continuidade de realização levará à sua incorporação no calendário de eventos municipal, passando a fazer parte da imagem da localidade ao mesmo tempo em que a identidade do evento incorpora-se ao *ethos* da cidade. Getz (2002) ainda destaca este caso da cultura, quando celebrada de maneira geral pela comunidade, que muitos festivais “celebram a própria comunidade e foram criados especificamente para dar ao público alguma coisa a ser compartilhada, para unificar e exaltar o orgulho comunitário” (p.424).

Nesse sentido, a cultura de uma comunidade torna-se o ponto central de comemoração, não se limitando a um gênero artístico ou modalidade. Todavia, não se exclui em nenhum dos casos a possibilidade de objetivo comercial também. Quando um desses eventos contenha

aspectos culturais relacionados a um determinado grupo étnico, pode-se considerar que se constituem em um festival étnico. Dessa forma, os Maturis de Curitiba configuram-se como festivais da etnia nipônica da cidade. Realizados três vezes a cada ano, são os maiores eventos da comunidade *nikkei* na cidade. Cada um deles recebe nomes específicos: Hana Matsuri, Imin Matsuri e Haru Matsuri e celebram datas diferentes, que são descritos abaixo a partir de notícias encontradas na versão digital de um dos jornais da etnia, *Paraná Shimbun* (2009), e do site oficial da Associação Cultural e Beneficente Nipo-Brasileira de Curitiba - Nikkei Clube (Nikkei Curitiba, 2009).

O Hana Matsuri significa 'Festa das Flores' e celebra o nascimento de Buda em 8 de Abril de 566 a.C., sendo realizada uma cerimônia de banho de chá na imagem de Buda durante o evento. Por conter essa temática, o festival é realizado no mundo por templos budistas e frequentado por seus fiéis. Entretanto, em Curitiba a festa é promovida pela comunidade nipo-brasileira, em geral havendo frequentadores de distintas religiões, dando-lhe um caráter mais ecumênico.

Conforme a lenda, após o nascimento de Buda, o mestre religioso deu sete passos nas quatro direções (Norte, Sul, Leste e Oeste) proferindo sua missão na Terra ao apontar para o céu e flores de lótus iam nascendo aos seus pés pelo caminho. É por esse motivo que a decoração do festival leva como tema as flores e o budismo. No Brasil, o Hana Matsuri também é comemorado em São Paulo, tendo em Curitiba a duração de dois dias no início do mês de Abril. O Imin Matsuri, o Festival da Imigração, que em 2009 correspondeu a sua 20ª edição, é realizado em dois dias e meio seguido, em Junho, mês em que o primeiro grupo de imigrantes japoneses aportou no Brasil, após viagem no Kasato Maru. Por fim, o Haru Matsuri, que significa 'Festival da Primavera', também é realizado durante dois dias e meio, no mês de setembro para reverenciar as flores e homenagear Curitiba. É realizado desde 1991, para comemorar uma cultura milenar de amor à natureza.

Os Maturis de Curitiba foram criados e idealizados pelo jornalista e artista plástico Cláudio Seto, falecido em novembro de 2008, que era responsável por diversas funções no evento. A organização e promoção do evento é responsabilidade da Associação Cultural e Beneficente Nipo-Brasileira de Curitiba - Nikkei Clube, a qual primeiramente não era uma unidade, mas duas entidades separadas.

O Nikkei Clube surgiu a partir da necessidade de se criar uma entidade por parte de jovens recém-graduados, frequentadores na época da União dos Gakusseis de Curitiba (UGC), até que em 15 de maio de 1978 fundou-se o Nikkei Clube do Paraná. Seto e Uyeda (2002) descrevem que o clube foi crescendo e necessitava de alas de senhoras, veteranos e adolescentes na sua estrutura, ao mesmo tempo em que a Associação Cultural e Esportiva Uberaba precisava de crianças e jovens aficionados pela preservação da cultura. Dessa troca de interesses surgiu em 31 de agosto de 1980, o Nikkei Clube de Curitiba, sendo Rui Hara o designado à presidência da Comissão de Fusão das duas entidades. A Associação Cultural e Beneficente Nipo-Brasileira de Curitiba, originalmente era chamada de Curitiba Rengo Nihonjikai⁵ em agosto de 1946, passando por diversas fusões e mudanças de nome, até que em abril de 1994, sob a presidência de Kenji Oda, fundiu-se com o Nikkei Clube de Curitiba, formando a sociedade que é atualmente (Seto & Uyeda, 2002). Sendo assim, caracteriza-se como uma organização do Terceiro Setor, o que significa não ser nem uma entidade pública e tampouco uma empresa privada guiada para a lucratividade, mas sim ser uma sociedade civil sem fins lucrativos, na

⁵ Nihonjikai: associação de japoneses.

forma de organização beneficente, esportiva, cultural, religiosa, entre outras (Albuquerque, 2006).

Canton (2002) comenta sobre a importância das organizações do Terceiro Setor na realização de eventos como forma de lazer, em uma época em que órgãos públicos não implantam políticas de lazer e nem apoiam de maneira satisfatória as ações desenvolvidas pela iniciativa privada, levando a uma escassez de opções de lazer e recreação. Por lazer entende-se as ocupações que os indivíduos realizam por espontânea vontade, livrando-se de obrigações profissionais, familiares e sociais, a fim de descansar, divertir-se, desenvolver-se de maneira desinteressada ou entreter-se (Dumazedier, 2001). Logo, os eventos aparecem como uma atividade de lazer programada, podendo abranger diversas funções e benefícios trazidos por ela em um mesmo espaço, e não apenas focando-se no descanso e entretenimento, como também no desenvolvimento pessoal e social.

Então, por não objetivar apenas um resultado econômico, as organizações do Terceiro Setor podem vir a ter um importante papel na realização de eventos de lazer para a população, buscando o desenvolvimento da mesma e suprimindo a dificuldade de acesso da maior parte dela a tais atividades. Dentro desse contexto constatou-se *in loco* que os Matsuris apresentam uma programação diversificada para a população de Curitiba, havendo em suas três versões anuais uma estrutura com mais de sessenta barracas tanto gastronômicas quanto de produtos artesanais, típicos, acessórios e exposições culturais (Fig.1).

Figura 1 - Exposição de Bonsai, Imin Matsuri 2009.



Fonte: Bahl (2009).

Entretanto, observou-se que a maioria delas era de alimentação, que ofereciam aos visitantes a venda de pratos típicos da culinária oriental como Sushi, Sashimi, Sukiyaki, Tempurá, Udon, Okashi, Dorayaki, Yakisoba, Gyoza, entre outros (Fig. 2 e 3). Ainda, conforme contido no Caderno de Programação 2009 Hana Matsuri, distribuído gratuitamente durante o evento, as barracas de comidas se fazem presentes desde os primeiros Hana Matsuris da história, para atender os peregrinos durante suas caminhadas, que saíam de várias regiões para realizar o ritual de oferenda de chá doce ao Pequeno Buda.

Figura 2 - Voluntários trabalhando na preparação de pratos. Imin Matsuri 2009



Fonte: Bahl (2009).

Figura 3 - Praça de alimentação, Imin Matsuri 2009.



Fonte: Murad (2009)

Verificou-se que as duas edições dos Maturis visitadas contaram com um palco principal e no Haru Matsuri havia outro palco destinado a jovens, havendo neles apresentações culturais durante quase todo o evento. No palco principal, cerimônias, apresentações de música e dança foram realizadas, *shows* de *karaokê*, *taikô*⁶, *bon odori* e *matsuri dance* (danças com a participação do público), danças típicas como *yosokai soran*, *para para*, bandas e apresentação de artes marciais (Fig. 4).

⁶ Taikô: tambor japonês.

Figura 4 – Apresentação de Taiko, Hana Matsuri 2009.



Fonte: Bahl, (2009).

Enquanto isso, no ‘palco jovem’ aconteceu apresentações de bandas de *pop* e *rock* japonês, *cover* de bandas japonesas, músicas de *animês*⁷ famosos, desfiles e concursos de *cosplay*⁸, encenações, danças e outras manifestações artísticas voltadas a esse público.

Considera-se importante esclarecer que os Maturis ainda não têm um local fixo de realização, mudando de espaços no decorrer de sua história, sem que até então tivesse encontrado o mais adequado. Versões dos festivais já ocorreram por muitas vezes na Praça do Japão, mas também em outros lugares como no Parque Barigui, Museu Oscar Niemeyer, Bosque São Cristóvão, em Santa Felicidade, Centro de Eventos do Sistema FIEP⁹. Alguns deles são espaços abertos e outros fechados, dando aspectos diferentes ao cenário do evento.

Quanto ao preço de entrada para os visitantes, variou de R\$ 3,00 a R\$ 4,00, conforme conferido *in loco*, sendo que menores de doze anos e maiores de sessenta e cinco anos não pagavam. Além disso, em diversas versões dos Maturis não há cobrança de ingressos, quando feitas em espaços abertos, sem que haja forma de controle de entrada.

É nessa questão que as Organizações Sociais do Terceiro Setor vêm buscando alicerçar-se, gerando, na definição de espaços, condições para o exercício de atividades programadas do lazer, como forma de integração e crescimento social do indivíduo na sociedade (Canton, 2002, p.68).

A afirmação da autora condiz com a realidade dos Maturis, quando estes estão criando espaços com diferentes atividades e oferta programada de lazer que permitem a inserção social da comunidade, também pelo preço módico de entrada cobrado e principalmente nos festivais em que não há cobrança alguma.

⁷ Para os japoneses, *animê* é tudo o que seja desenho animado, seja ele estrangeiro ou nacional. Para os ocidentais, *animê* é todo o desenho animado que venha do Japão.

⁸ *Cosplay*: abreviação de *costume player* que significa jogo de fantasia em inglês. O *cosplayer* veste-se como o personagem de algum livro, *mangá*, jogo ou filme que queira homenagear.

⁹ FIEP: Federação das Indústrias do Estado do Paraná – Sistema FIEP.

Os responsáveis por todas essas barracas, exposições e apresentações constituem-se de entidades de Curitiba, em sua maioria, relacionadas à comunidade *nikkei* da cidade, havendo as de caráter esportivo, religioso, educacional, associativo entre outros. Cada entidade ficando responsável por uma barraca, havendo um repasse após o evento de um percentual definido anteriormente sobre as suas vendas ao caixa central dos Maturis, ou seja, ao Nikkei Clube.

Assim, os festivais têm importância econômica para as entidades participantes, bem como para seus organizadores e fornecedores, mas como abordado anteriormente quando se é tratado sobre legados étnicos, sua importância cultural deve ser a mais priorizada, não sendo apenas um meio para obtenção de resultados econômicos, mas a da própria finalidade do festival, resgatando e fortalecendo o legado cultural deixado em Curitiba pelos japoneses e seus descendentes (Fig. 5).

Figura 5 - Cortejo das Crianças, Hana Matsuri 2009.



Fonte: Bahl (2009).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença japonesa no Paraná faz-se perceber de distintas maneiras, sejam elas econômicas, políticas, sociais ou culturais. É notória a importância da etnia na história e desenvolvimento do Estado e a forma como esta foi se adaptando ao longo dos anos, superando dificuldades até alcançar a representatividade da presente época.

Nesse sentido, ressalta-se a questão cultural que tal legado retoma do passado e deixa para suas gerações futuras, ou seja, o patrimônio cultural, material e imaterial japonês existente na cidade de Curitiba. Essa questão de patrimônio cultural remete a uma ideia de valor, um conceito subjetivo que varia de pessoa para pessoa de acordo com o grupo a que pertence, ou seja, a partir da existência de pessoas propensas a receberem influências de meios dos mais diversos, fazendo com que valorem esse patrimônio positiva ou negativamente.

A observação das inúmeras opções de atividades e de atrações que os participantes têm à disposição durante os festivais permitiu perceber os principais pontos que motivam a ida desses visitantes até o evento, os produtos, serviços, atividades, exposições e apresentações ofertados durante a sua realização. Todavia, é necessário considerar que a cultura, por ser uma obra do homem e assim conseqüentemente dinâmica como ele, acaba sofrendo transformações, situação que pode levar muitas vezes à desvalorização da mesma como principal significado de realização dos festivais, passando a considerar apenas o divertimento, o resultado econômico e outros fatores como mais relevantes.

Hall (2005), ao tratar sobre identidade cultural na pós-modernidade, afirma que as sociedades contemporâneas são “sociedades de mudança constante, rápida e permanente” (p.14). A globalização, vista como principal processo de mudança, está relacionada com a identidade cultural impactando sobre ela, uma vez que é um movimento que atravessa fronteiras nacionais, integrando globalmente as nações, acelerando seus fluxos e laços. Dessa forma, para o autor, a identidade cultural sofre conseqüências como a desintegração das identidades nacionais pelo crescimento da homogeneização cultural, ao mesmo tempo em que essas identidades nacionais bem como as ‘locais’ tentam fortalecer-se por resistência à globalização. Como última conseqüência traz o declínio das identidades nacionais em detrimento de novas identidades híbridas.

Ainda citando Hall (2005), o sujeito pós-moderno não tem uma identidade fixa e permanente, pois ela é definida historicamente de acordo com as formas como “somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (p.13). Por isso, é natural que a identidade cultural da comunidade *nikkei* de Curitiba sofra mudanças, principalmente por estar inserida em um grupo maior, representante da cultura nacional brasileira. Todavia, os Maturis podem ser uma forma do fortalecimento de identidade cultural da etnia, de modo a manter as tradições de seu país de origem, passando-as de geração em geração. No período pós-moderno, essa tradição oscila com a *tradução*, um conceito que Hall (2005) expõe para referir-se às pessoas que foram dispersas de sua terra natal e acabam formando identidades que atravessam as fronteiras, mantendo vínculos com seus locais de origem e tradições. Entretanto, sabendo que não retornarão ao passado, passam a negociar com as novas culturas, sem serem inteiramente assimiladas por elas ou perderem totalmente suas identidades. Apesar de não haver um absolutismo étnico, essas comunidades ‘traduzidas’ carregam muitos traços de suas culturas originais, linguagem, histórias, religião, costumes (Hall, 2005).

Nesse contexto, não se pode afirmar que as transformações das manifestações culturais, gastronômicas e outras apresentadas nos Maturis sejam prejudiciais ao grupo e à comunidade ou representem a perda de sua identidade cultural, uma vez que tais mudanças fazem parte de um processo de evolução natural, ainda mais em um país distinto do da cultura oferecida. O importante é que a forma como os Maturis são percebidos pelos envolvidos seja positiva e condizente, bem como os resultados dos festivais, com os objetivos de realização da entidade organizadora ao propor o evento.

Dessa forma, percebe-se que os Maturis constituem-se como um referencial étnico do grupo, voltando-se principalmente aos residentes de Curitiba, sejam eles descendentes japoneses ou não. Todavia, levando em conta a importância de tais eventos, considera-se pertinente explorar seu potencial turístico bem como de outros festivais étnicos e não só em Curitiba. Assim é possível ressaltar as diferenças culturais existentes entre e dentro das sociedades, com a atividade turística contribuindo para a exteriorização e conseqüente valorização dessas

diferenças, face à miscigenação de culturas percebidas, decorrente do mundo globalizado em que se vive.

REFERÊNCIAS

Albuquerque, A. C. C. de. (2006). *Terceiro setor: história e gestão de organizações*. São Paulo: Summus Editorial.

Bahl, M. (2004). *Legados étnicos e oferta turística*. Curitiba: Juruá.

Banestado. (1995). *Os japoneses no Paraná: mostra comemorativa dos 100 anos de amizade Brasil – Japão, Paraná*: [S. n.], Curitiba: Banco do Estado do Paraná.

Barretto, M. (2000). *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. Campinas, SP: Papirus.

Canton, A. M. (2002). *Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor*. São Paulo: Roca.

Cardozo, P. F. (2006). Considerações preliminares sobre produto turístico étnico. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Canárias*, v.4, n.6. Disponível em: <<http://pasosonline.org/Publicados/4206/PS020206.pdf>>. Acesso em: 12 de mar 2009.

Dencker, A. de F. M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo, Futura,.

Dezem, R. (2008). Um exemplo singular de política emigratória: subsídios para compreender o processo de formação dos núcleos Ijûchi de colonização japonesa no estado de São Paulo (1910-1930). In: Hashimoto, F.; Okamoto, M. S. & Tanno, J. L. *Cem anos da imigração japonesa: história, memória e arte*. São Paulo: Unesp, pp. 151-166.

Dumazedier, J. (2001). *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva.

Getz, D. (2002). O evento turístico e o dilema da autenticidade. In: Theobald, W. F. (Org.). *Turismo Global*. São Paulo: Senac São Paulo, pp. 423-440.

Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

Justo, J. S. (2008). A chegada dos imigrantes japoneses e a partida dos decasségus: dois lados da mesma viagem. In: Hashimoto, F.; Okamoto, M. S. & Tanno, J. L. *Cem anos da imigração japonesa: história, memória e arte*. São Paulo: Unesp, pp. 99-123.

Lakatos, E. M. & Marconi, M. de A. (1991). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas.

Milan, P. (2008). Livro conta a saga japonesa. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 17 jun. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=777237>>. Acesso em: 15 de maio 2009.

Melo Neto, F. P. de. (2001). *Marketing de eventos*. Rio de Janeiro: Sprint.

MOREIRA, L. C. (2007 e 2008). Tanabata Matsuri – Festival das Estrelas - como tentativa de preservação da cultura Nipônica em contexto latino-americano. **Ibérica** – Revista interdisciplinar de estudos ibéricos e ibero-americanos. Juiz de Fora, a.1, n.6, pp. 28-42.

MURAD, I. G. (2009). *Os Maturis: proposta de plano de ação para os festivais referenciais da etnia japonesa na capital paranaense*. 119 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná Curitiba.

Nikkei Curitiba. Disponível em: <<http://www.nikkeicuritiba.com.br>>. Acesso em: 10/03/2009.

Paraná Shimbun. Notícias. Disponível em:

<http://www.paranashimbun.com.br/noticias/todas_noticias.asp>. Acesso em: 10/03/2009.

Seto, C. & Uyeda, M. H. (2002). *Ayumi: caminhos percorridos – Memorial da Imigração Japonesa: Curitiba e Litoral do Paraná*. Curitiba: Imprensa Oficial do Paraná.

Silva, Z. L. da. (2008). Imigração e cidadania: os impasses e disputas nos caminhos da brasilidade. In: Hashimoto, F.; Okamoto, M. S. & Tanno, J. L. *Cem anos da imigração japonesa: história, memória e arte*. São Paulo: Unesp, pp. 41-62.

Tenan, I. P. S. (2002). *Eventos*. São Paulo: Aleph.