

TURISMO, CULTURA E FESTA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA HOSPITALIDADE NO TANABATA MATSURI

Luciana Carneiro Moreira¹

Euler David de Siqueira²

Resumo

O objetivo deste trabalho é observar de que forma a hospitalidade é construída socialmente dentro de uma festa específica, o Tanabata Matsuri, já que este é um evento de suma importância para a integração da comunidade. Além disso, nas festas, há um intenso contato entre pessoas, fazendo com que o estudo de hospitalidade seja desenvolvido satisfatoriamente. São apresentados aspectos gerais do bairro da Liberdade, onde é realizada o Tanabata, assim como um breve histórico do bairro, da festa e do mito. A pesquisa possui uma perspectiva antropológica, onde, além de estudar a hospitalidade em uma festa, foram abordados conceitos de cultura e mito. O estudo foi realizado através de um levantamento bibliográfico e uma pesquisa de campo, onde através do discurso de organizadores e participantes, buscou-se estabelecer as categorias de pensamento por eles utilizado.

Palavras-chave: Turismo, hospitalidade, festa, cultura e mito.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora e especializanda em Ciência da Religião pela UFJF.

² Professor adjunto do Mestrado em Ciências Sociais e da graduação em Turismo do Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora. Mestre e Doutor em Sociologia (IFCS/UF RJ). Graduado em Ciências Sociais (IFCH/UERJ).

Abstract

The objective of this work is to observe of that it forms the hospitality is constructed socially inside of a specific party, the Tanabata Matsuri, this is an event importance for the integration of the community. Moreover, in the parties, it has an intense contact between people, making with that the hospitality study it is developed satisfactorily. General aspects of the quarter of the Liberdade are presented, where the Tanabata is carried through, as well as a historical briefing of the quarter, the party and the myth. The research perspective a anthropologic perspective, where, besides studying the hospitality in a party, they had been boarded concepts of culture and myth. The study it was carried through a bibliographical survey and a field research, where through the speech of organizers and participants, one searched to establish the categories of thought for them used.

Keywords: Tourism, hospitality, party, culture and myth.

Introdução

É em São Paulo que se concentra a maior colônia japonesa fora do Japão. E grande parte desses imigrantes adotou como casa o Bairro da Liberdade, conhecido atualmente pela inusitada decoração encontrada nas suas principais ruas do bairro. Hoje, no bairro, vivem também comunidades de coreanos e chineses.

A Liberdade possui um enorme potencial turístico. Nele é possível desenvolver não só o turismo de eventos, mas também o turismo de compras, cultural, gastronômico, religioso, educacional e de negócios. Os eventos, em especial o Tanabata Matsuri, são importantes para o bairro. Porém, estes servem mais como uma confraternização entre a comunidade oriental de São Paulo, uma forma de manter sua cultura, do que desenvolver o turismo a fim de gerar mais divisas para o local.

O objetivo deste trabalho é observar de que forma a hospitalidade é construída socialmente dentro de uma festa específica, o Tanabata Matsuri, já que este é um evento de suma importância para a integração da comunidade. A partir das considerações abordadas durante o trabalho é que vemos a festa como um ambiente propício para o estudo da hospitalidade, já que esta tem como base às relações humanas. É neste contexto que deixamos a nossa contribuição, pois, acreditamos que há necessidade de um maior número de pesquisas em torno deste assunto.

1. Turismo: um conceito plural e a noção de hospitalidade

O Turismo é um fenômeno difícil de ser definido devido a sua complexibilidade e amplitude. Ele envolve não só aspectos econômicos como também sociais. Segundo Beni

(2003) há três tendências para definir o turismo: a econômica, a técnica e a holística. As definições econômicas focam os aspectos econômicos, voltados para as empresas, como define Herman von Schullern zu Schattenhofen: “Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado” (BARRETO, 1995, p. 9). As definições técnicas foram criadas para servir de parâmetros estatísticos, de modo a facilitar a quantificação do fenômeno turístico. Porém, assim como as definições econômicas, as definições técnicas são muito restritas e transcendem os elementos qualitativos. Como exemplo clássico, temos a definição de turismo segundo a OMT (Organização Mundial de Turismo), para o qual o turismo é o deslocamento para fora do lugar de residência habitual, por um período mínimo de 24 horas e um máximo de 90 dias, motivado por razões de caráter não lucrativo. As definições holísticas são as mais abrangentes, pois, permitem abordagens interdisciplinares e multidisciplinares, com a introdução de teorias e conceitos de outros campos como a antropologia e a sociologia. Como exemplo deste tipo de definição podemos citar o conceito de Marutschka Moesch:

O turismo é uma combinação complexa de interrelacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjectividade, consumido por milhões de pessoas, em síntese: o produto turístico. (MOESCH, 2000, p.9)

Não há uma definição única sobre o que seja turismo. Não se pode dizer que este ou aquele conceito está certo ou errado, pois deve-se levar em consideração os princípios que orientam o e que se entende o fenômeno. Afinal, turismo é um fenômeno complexo e abrangente que começou a ser estudado muito recentemente.

Hoje há vários interesses pelo estudo da hospitalidade, um deles é devido ao desenvolvimento do turismo pós Revolução Industrial, que deu origem ao turismo moderno, mais seguro e acessível, onde as pessoas começaram a viajar por prazer e, conseqüentemente, a sentir necessidade de serem bem recebidas nos destinos. Embora a origem da hospitalidade seja anterior à do turismo, hoje, ambos são considerados campos científicos emergentes e, enfrentam dificuldades de definição. Observam-se certas ambigüidades no termo hospitalidade, por um lado remetendo a algo antigo, que se perdeu, e não faz parte da rotina do homem moderno³. Entretanto, Camargo mostra uma visão otimista em relação ao conceito de hospitalidade, afirmando a sua atual importância como um rito de sociabilidade:

...a noção de hospitalidade como um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades ditas arcaicas ou primitivas. Continuaram a operar e até hoje se exprimem com toda força nas sociedades contemporâneas (CAMARGO, 2004, p. 17).

Já Dencker, define a hospitalidade de forma mais ampla, categorizando-a em tipos:

Hospitalidade do ponto de vista analítico-operacional, pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto domestico, publico ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat (DENCKER, 2003, p. 19).

Estas categorias: doméstica, pública, comercial e virtual formam o eixo social da hospitalidade que, juntamente com o eixo cultural que é o receber, o hospedar, o alimentar e o entreter formam dezesseis campos de estudo.

Atualmente, o estudo da hospitalidade está dividido em duas escolas: a escola francesa e a escola americana. A escola americana tem por base o eixo da hospitalidade comercial onde o seu maior interesse está baseado no contrato e nas trocas comerciais estabelecidas por

³ Entende-se como homem moderno aquele que viveu ou vive após a Revolução Industrial, que corre contra o relógio e não pode se dar ao luxo de perder parte do seu precioso tempo com este tipo de ritual

agências de viagens, operadoras, transportadoras, hotéis e restaurantes. (CAMARGO, *Op. Cit.*, p.40) Já a escola francesa tem como base a matriz maussiana do dar-receber-retribuir, que se interessa pelas hospitalidades doméstica e pública, descartando a comercial, uma vez que nesta não há o dom do sacrifício havendo apenas troca de serviço por dinheiro.

2. Os aspectos sociais da festa

Ao estudarmos os conceitos de festa, nos deparamos com duas correntes opostas: uma que a vê como ruptura do cotidiano, onde as regras sociais são transgredidas e a outra que defende o não rompimento das regras, já que elas continuam presentes na festa. Na primeira linha temos autores como Callois (1950), Da Matta (1990) e Duvignaud (1983) e na segunda podemos incluir Brandão (1989), Canclini (1983) e Heers (1987). Nesse trabalho teremos como base a segunda linha, pois, pelo que pudemos analisar no Tanabata Matsuri, as pessoas que trabalham na organização da festa, assim como a maior parte dos participantes, a vêm como um momento de reencontro, de confraternização, que é aguardado todo ano, fazendo assim parte do cotidiano. Além disso, assim como Rosa: “Não vejo, pois, a festa como uma transgressão. Beber, comer, namorar, dançar e divertir são ações cotidianas, mesmo ocorrendo na festa de forma ampliada” (ROSA, 2002, p. 24) e também:

A festa é, pois, por um lado, continuidade do cotidiano, mas, por outro, é descontinuidade (...) pode exceder os limites sociais, mesmo tendo como base e componente as regras sociais diárias. (...) as festas rompem com a repetição, a rotina, mas não rompem com o cotidiano, traduzindo-o. (*Id.*, p.26)

Há alguns pontos importantes a se considerar na festa como, por exemplo, a data. Esta depende do calendário que, segundo Lê Goff “é social e cultural, além de científico, e esse, indiretamente, controla o trabalho, o tempo livre e as festas” (LÊ GOFF *apud* ROSA, *Op. Cit.* p.15). Segundo o mito da festa Tanabata Matsuri, ela deveria ocorrer no sétimo dia do sétimo

mês, pois é quando há o encontro das duas estrelas, mas no geral ela ocorre no segundo fim de semana de julho por ser mais perto da data e por ser mais fácil de programar. Entretanto, há exceções como no ano de 2005 que a festa foi adiantada para os dias 02 e 03 de julho a pedido do presidente da ACAL (Associação Cultural e Assistencial da Liberdade) e este ano (2006) que ela foi adiada para os dias 29 e 30 de julho por causa da Copa do Mundo e do Festival do Japão. Outro ponto importante a destacar é a dimensão da festa, se ela é local, regional, nacional ou internacional e o espaço onde ela se realiza, que no caso do Tanabata é na rua. Para DaMatta (1998) a rua é o lugar do movimento, em contraste com a calma e a tranquilidade da casa, mas que também serve como espaço típico do lazer. Na festa, a rua acaba sendo o grande palco onde ocorrem ações e transformações, havendo uma apropriação do espaço de diferentes formas.

... a festa e a rua são elementos que devem ser aproximados, pois nesse relacionamento ocorrem reconstrução da configuração do espaço, há mobilização para o convívio entre pessoas, além de outros fenômenos sociais que merecem ser estudados. (ROSA, *Op. Cit.*, p. 22)

Ao participar de uma festa, as motivações, os valores e os interesses, sejam eles individuais ou coletivos, podem estar ligados a diversos fatores. Entretanto

Classificar ou regulamentar as motivações, os valores e os interesses da prática festiva, no entanto, não é o mais importante. A relevância aqui denota a pluralidade desses elementos, suas interfaces, bem como a inter-relação desses com a vida cotidiana de uma população e de um local. Ao manifestar-se como tempo e espaço de vivência do lazer, a festa desvela, dentre outros aspectos essenciais, a interdependência lazer e trabalho, mostrando que as diversas facetas da vida humana não estão separadas. (*Id.*, p.19)

Esta interdependência gera diferentes formas de significado como, no caso do Tanabata, em que as pessoas “trabalham” durante meses na produção artesanal dos enfeites. Colocamos a palavra *trabalho* entre aspas porque nesse contexto o seu significado difere do padrão que remete a algo rígido, cronometrado, que causa cansaço, pois, no caso especificado,

há o prazer na produção artesanal dos enfeites e o trabalho torna-se um momento de confraternização, de reencontro.

Para Durkheim, nas festas há superação das distâncias interindividuais, há produção de um estado de efervescência coletiva onde o indivíduo dá lugar às representações de ordem coletiva:

(...) toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características da cerimônia religiosa, pois, em todos os casos, ela tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco com o estado religioso. O homem é transportado para fora de si, distraído de suas ocupações e de suas preocupações ordinárias” (DURKHEIM *apud* VIANNA, 1988, p. 51).

Contudo, o contato com as forças sociais pode ser perigoso, o que não estaria de acordo com a intenção da festa que busca uma forma de integração social. E quando essa integração acontece, ela se torna um local ideal para a análise da hospitalidade, como cita Roberto Cipriani (1988):

... festa coloca em evidência a reapropriação ou, pelo menos, o desejo de recuperação de uma solidariedade, de uma vivência intensa, de um exercício de fantasia que as mudanças das condições sociológicas parecem tornar cada vez mais impossíveis. (CIPRIANI *apud* DENCKER, 2003, p.114)

É a partir desse processo de produzir um estado liminar de *communitas* (TURNER, 1974) em todos os seus participantes que entendemos a natureza ritual da festa.

4. Cultura e antropologia

Hoje um dos desafios da antropologia é chegar a um conceito sobre cultura, pois, “os antropólogos sabem de fato o que é cultura, mas divergem na maneira de exteriorizar este

conhecimento” (MURDOCK *apud* LARAIA, 1996, p. 65). Laraia utiliza o esquema elaborado por Roger Keesing para facilitar a compreensão das principais teorias. Neste esquema são abordados primeiro as que vêem a cultura como um sistema adaptativo e têm como principais defensores autores como Sahlins, Harris, Carneiro, Rappaport e Vayda. Em segundo lugar, há as teorias idealistas de cultura que são divididas em: cultura como sistema cognitivo, cultura como sistemas estruturais e cultura como sistemas simbólicos. Da primeira, temos como um dos defensores W. Goodenough. Da segunda, Claude Lévi-Strauss e da terceira, Clifford Geertz. Não entraremos em detalhe sobre estas teorias, pois não é o objetivo deste trabalho. Entretanto usaremos o conceito de cultura defendido por Geertz, pois, assim como Everardo Rocha (1990), acreditamos que para a realização deste trabalho será preciso uma noção de cultura que a compreenda como um sistema de significação, onde é possível interpretar e captar certos significados dos fenômenos produzidos em sociedade. Portanto,

O conceito de cultura que eu defendo, (...) é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significado. (GEERTZ, 1978, p.15).

Neste sentido analisamos a festa, o Tanabata Matsuri, como uma manifestação da cultura nipônica⁴, onde há a existência social não só das pessoas que se envolvem completamente com os preparativos do evento meses antes, mas também dos participantes que “se exprimem e se reconhecem mutuamente em sua humanidade e suas condições sociais, marcando a distância e a proximidade com outras manifestações, podendo envolver a apropriação ou a oposição a outras expressões culturais” (WERNECK, 2001, p.49).

⁴ A “cultura nipônica” aqui apresentada é vista como uma forma de reinvenção, encenação da cultura japonesa pelos descendentes.

A cultura não deve ser confundida com a identidade cultural, pois segundo Cuche “a cultura depende em grande parte de processos inconscientes. A identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas” (CUCHE, 1999, p.176). Ou seja, a identidade depende da relação existente entre duas ou mais culturas, onde ela “aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural” (*Id.*, p.177).

Quando se trata de turismo, temos que lançar um novo olhar sobre os conceitos de cultura e identidade, pois a cultura e suas manifestações são vistas com olhar estrangeiro e especulador (SILVA, 2004, p. 33), onde há uma demanda para o consumo do que é novo, diferente.

Acreditamos que, na medida em que particularidades regionais alavancam a promoção e desenvolvimento de centros receptores, quando eventos como festivais e celebrações – atrelados à tradição e aos costumes locais – por serem diferenciados, transformam-se em valores referenciais, constituindo-se em catalisadores para movimentação de visitantes. (GASTAL, 2003, p.98)

Segundo esse ponto de vista, nós temos a cultura como um objeto, como algo tangível que pode ser tocado e consumido, onde há a necessidade por parte do turista de experimentar o que lhe é novo. No caso do Tanabata Matsuri, que é uma festa de confraternização da cultura nipônica, ela acaba se transformando em um produto turístico onde há o consumo da cultura através da compra dos enfeites, dos Tanzakus e da comida,

Embora a festa não aconteça simplesmente para atender aos objetivos econômicos, segundo as regras do mercado de consumo e do entretenimento, é um tempo e um espaço de produção e consumo de mercadorias, comportamentos, costumes, modismos e estilos de vida, que precisam ser problematizados, considerando a imbricação do capital econômico com o capital cultural (CANCLINI *apud* ROSA, *Op. Cit.*, p.30).

Buscamos superar as perspectivas mais simplistas sobre consumo, pois, o que está em evidência nos objetos consumidos são, antes de tudo, os significados e sentidos comunicados, compartilhados mais do que os valores utilitaristas ou a simples posse do bem.

5. Um pequeno olhar sobre o Bairro da Liberdade

O bairro da Liberdade inicialmente foi um bairro de imigrantes portugueses. Segundo o Guia da Cultura Japonesa, os orientais que hoje dão fama ao bairro só ganharam as ruas na década de 50, com a inauguração do Cinema Niterói, na Rua Galvão Bueno. A transformação definitiva da Liberdade em um bairro com características orientais deu-se em 1974. No fim dos anos 70, os japoneses deixaram de ser os únicos imigrantes no bairro. A chegada de chineses, coreanos e até vietnamitas deu ares definitivamente cosmopolitas ao primeiro bairro com características orientais do País.

A Liberdade é o principal palco dos festivais japoneses realizados no Brasil – anualmente são promovidos no bairro o Dizo Matsuri⁵, que celebra o nascimento de Buda, o Tanabata Matsuri - Festival das Estrelas e o Toyo Matsuri, festividade de encerramento do ano.

A feira que acontece aos domingos é um verdadeiro pólo turístico e recebe pessoas que estão a fim de apreciar e adquirir todo tipo de objetos, artigos místicos e orientais, e também saborear pratos típicos das cozinhas oriental e brasileira. A Feira é administrada pela SEMAB Secretaria Municipal de Abastecimento. Conta com o apoio da ACAL Associação Cultural e Assistencial da Liberdade e é coordenada pela ALIBER - Associação dos Expositores da Praça da Liberdade.

⁵ Matsuri: festival, festa, celebração.

6. O mito como narrativa social

Diz o mito que há muito tempo Ten-Kou, o deus celeste, tinha uma filha, Orihime (a estrela Vega) que era a encarregada de tecer as roupas dos Deuses em uma máquina especial chamada tanahata.

Preocupado com sua filha, que só queria saber de trabalhar, Ten-Kou teve a idéia de apresentar-lhe um jovem que morava do outro lado do rio Amanogawa (também conhecida como Via Láctea). Kengyu (para nós a estrela Altair) era um boiadeiro, tão trabalhador quanto Orihime.

Eles se apaixonaram e passavam tanto tempo juntos que já não cuidavam mais de suas obrigações como antes. Os deuses não tinham o que vestir e as vacas de Kengyu estavam doentes ou mortas por descuido.

A atitude dos jovens amantes deixou Ten-Kou furioso. Assim, o deus celeste mandou que os dois se separassem, levando Kengyu até o outro lado de Amanogawa. Orihime e Kengyu ficaram tão tristes que não retomaram suas obrigações. Ten-kou, com pena, decidiu que eles poderiam se encontrar, uma vez por ano, no sétimo dia do sétimo mês, caso eles trabalhassem duro durante o tempo em que ficassem separados. Nesta ocasião, as duas estrelas se sobrepõem. E aqui na terra comemora-se o festival.

O mito ainda diz que o céu deve estar claro para que as duas estrelas possam se encontrar. Caso o céu esteja nublado, o encontro será possível somente no próximo ano.

Surgiu, então, a tradição de escrever pedidos em papéis coloridos e pendurá-los em varas de bambus durante o festival. A priori, os pedidos deveriam ser destinados tão somente ao sucesso do encontro de Vega com Altair. Porém, com o tempo, a tradição foi se

transformando e os pedidos para que Vega e Altair pudessem se encontrar foram substituídos por desejos individuais.

7. O festival

O Festival das Estrelas⁶ foi introduzido no Japão, há aproximadamente 1.300 anos, com o nome de Tanabata Matsuri. Em 1979, o festival foi celebrado pela primeira vez no Brasil, com o nome de “São Paulo – Sendai Tanabata Matsuri” e se tornou tradicional, sendo realizado todos os anos no bairro da Liberdade, no segundo final de semana de julho. A festa é organizada pela Associação Miyagui Kenjinkai do Brasil. O evento é decorado com grandes enfeites de papel, que também são chamados de Tanabatas. São realizados concursos de decoração, fotografia, haicai e beleza, onde é eleita a Miss Tanabata. Os enfeites são totalmente artesanais, decorando as ruas do bairro da Liberdade com ramos de bambu e enormes enfeites suspensos de papel colorido, que simbolizam as estrelas do Tanabata. Estes enfeites são produzidos por voluntários, que levam meses para confeccionar os delicados arranjos de papel, feitos de centenas de origamis coloridos, e dedicam seu tempo para a realização do evento. Segundo o mito, essas pessoas que são voluntárias, por estarem se dedicando de forma espiritual, recebem uma alegria multiplicada. Além da esmerada decoração, o Tanabata Matsuri oferece diversas apresentações de bon odori (festival budista em honra aos espíritos, que retornam para visitarem suas famílias uma vez ao ano), de teatro, de danças folclóricas e de shows musicais. Outros destaques são as barracas de comidas típicas e a feira de artesanato. A Praça da Liberdade, Rua Galvão Bueno e a Rua dos Estudantes, são enfeitadas com adornos multicoloridos e grossos galhos de bambu, onde os

⁶ O Tanabata Matsuri também é conhecido como Festival das Estrelas

visitantes penduram os seus pedidos escritos em Tanzakus⁷ (tiras de papel próprias para esta finalidade). No final do evento, são queimados os papéis acreditando-se que os desejos chegarão as estrelas e se realizarão.

8. Imaginários em torno da festa do Tanabata Matsuri

Para uma melhor compreensão da festa – o Tanabata Matsuri - e os seus significados para os participantes e organizadores, utilizei o quadro de categorias chamadas de “unidades mínimas ideológicas” (VELHO, 1975, p.66). Este quadro também possui uma característica a cada unidade e uma frase típica utilizada para uma melhor contextualização. Essas frases foram tiradas de entrevistas semi-estruturadas aplicadas entre os dias 01 e 03/07/05. A festa ocorreu entre os dias 02 e 03/05, porém o dia 01/05 foi de extrema importância para esta pesquisa, pois, foi quando houve contato com os organizadores e artesãs na Associação Miyagui Kenjinkai. Nos dias de festa foram entrevistados participantes e pessoas que estavam trabalhando nas barracas vendendo enfeites e tanzakus.

Unidade Mínima Ideológica	Característica	Frase Típica
“Tradição” / “Cultura Japonesa”	Refere-se às memórias e aos costumes de determinado grupo de pessoas, no caso, os descendentes de japoneses.	“...esta festa é tradicional de Sendai, capital de Miyagui...”
“Participar”	Fazer-se presente em algo.	“...particpei da festa de lá [Japão]... participo desta festa desde pequena...”
“Confraternização”	Modo de integração entre pessoas.	“...É um momento de confraternização...”
“Satisfação”	Sentimento de saciedade, de felicidade em relação a alguma coisa.	“...satisfação de estar no meu do pessoal...” “...satisfação de quem participa trabalhando e de quem vem olhar...”

⁷ Originalmente, eram utilizados tecidos. Estes tecidos eram oferecidos a Orihime, para que houvesse elevação na habilidade como tecelãs.

“Trabalhar”	Exercer alguma atividade remunerada ou voluntária.	“...o que mais satisfaz é você estar trabalhando no meio do pessoal, fazendo isto aqui...”
“Resgatar”	Recuperar, reaver algo que está perdido ou que está se perdendo.	“...Resgatar um pouquinho d minha descendência...”
“Integração”	Unir diferentes culturas em um só espaço.	“...Há integração entre os povos...”
“Preservar”	Ter cuidado, conservar para as gerações futuras.	“...é a preservação da nossa tradição...”
“Enfeites”	Adornos feitos de origamis que ornamentam a festa.	“...apreciar os enfeites e também fazer pedidos...”
“Pedidos”	Ato de solicitar, rogar algo a alguém. No caso da festa, estes pedidos são escritos em papéis chamados de Tanzakus, pendurados em árvores e depois são queimados a fim de que os pedidos cheguem as estrelas para serem realizados.	“...comprando aqueles cartõezinhos escrevendo e fazendo os seus pedidos. Muitos vêm porque foram atendidos, então vem para agradecer e fazer outro pedido...”

Compararemos agora estas unidades, pois, elas “não têm um significado em si, mas só à medida que se opõem a outras categorias é que podemos situá-las” (*Id*, p.67). Começaremos com “Tradição” e “Pedidos”. Estas categorias não se opõem, mas pelo que foi constatado na festa, complementam-se. Vemos isto em frases como: “Eu acho que o objetivo do Tanabata, mesmo é para o pessoal apreciar os enfeites e também fazer os pedidos, que é tradicional”, “A gente faz os pedidos, mantém aquela tradição”.

As categorias “Participar”, “Integração” e “Confraternização” também estão intimamente ligadas, pois, quem participa como espectador se integra não só com a “cultura nipônica” ali representada, mas também confraterniza este momento com os demais participantes, já que nem todos ali presentes são nisseis⁸. Além disso, quem participa da festa, na sua organização e realização, a vê como um momento de reencontro, de nostalgia e compartilhamento dos seus costumes com os interessados por ela. “...a integração entre os povos, porque você vê a satisfação de quem participa trabalhando e de quem participa vindo olhar...”

⁸ Nissei: filho de pais japoneses, nascido na América.

Os “Enfeites” também merecem atenção, pois eles são um dos principais destaques da festa. Não há como deixar de percebê-los e admirá-los pelo tamanho e a riqueza de detalhes. Além disso, todos eles foram confeccionados manualmente.

As categorias “Preservar” e “Resgatar” estão ligadas à “Cultura Japonesa”. Há uma valorização da cultura e uma preocupação em reproduzi-la a fim de que os descendentes não a percam. “...parece que eles estão voltando às raízes... até para resgatar essa questão da raiz....”

A categoria “Trabalhar” aparentemente se opõem a “Satisfação”. Entretanto, não é isso que ocorre na festa. As pessoas que *trabalham* na confecção dos enfeites não o vêem como trabalho, mas sim, como um momento de confraternização. Elas sentem-se satisfeitas de estarem ali, junto de pessoas que compartilham da sua descendência. Entretanto vejo este fato como o sacrifício que implica na consagração.

Há também o fato de que, segundo o mito do Tanabata, as pessoas que trabalham voluntariamente durante os meses de confecção dos enfeites, por estarem se dedicando de forma espiritual, recebem uma alegria multiplicada.

Considerações Finais

O presente trabalho procurou demonstrar como a hospitalidade se constrói socialmente em uma festa tradicional, o Tanabata Matsuri. Nas festas, há um intenso contato entre pessoas, o estudo de hospitalidade pode ser desenvolvido satisfatoriamente. Segundo Vianna “a festa é um importante fator para a homogeneização da sociedade, colocando de lado as diferenças e enfatizando o sentimento de unidade” (VIANNA, *Op. Cit.*, p. 64). Por se tratar de

eventos esporádicos, as comemorações revelam indivíduos mais ou menos receptivos. Marcel Mauss (1974) em *Ensaio sobre a dádiva e o dom* mostra que a dádiva não é um ato isolado, ela se inscreve num processo que se repete indefinidamente: dar, receber e retribuir. Segundo Camargo, “a dádiva desencadeia o processo de hospitalidade, seja ou não precedida de um convite ou de um pedido de ajuda, numa perspectiva de esforço do vínculo social” (CAMARGO, *Op. Cit.*, p. 19).

Desde a entrada no bairro no dia 01/07/05 até os últimos instantes na festa, em todos os momentos os nisseis se mostraram receptivos. Desde o primeiro contato com a Associação houve integração com as pessoas que ali estavam ajudando a terminar a confecção de alguns enfeites e nos dias da festa nas barracas que vendiam os enfeites.

Com este trabalho foi possível perceber que não há no bairro um turismo formatado, que vá além da feira que ocorre na praça da Liberdade aos domingos. A festa serve de espaço de confraternização e atualização da cultura trazida pelos primeiros imigrantes. Apesar dela fazer parte do calendário oficial de turismo e lazer da Prefeitura de São Paulo, não há uma divulgação expressiva da festa. Este fato foi constatado na pesquisa de campo em frases como “...não sei como você ficou sabendo da festa...”. O fato da festa ser um momento de confraternização e de não ser muito divulgada, fazendo com que fique ainda mais restrita poderia contribuir para a hostilidade, o contrário da hospitalidade. Entretanto, isto não foi constatado na pesquisa, pois, há uma vontade por parte das pessoas de divulgar, de compartilhar a sua cultura e os seus costumes.

Referências Bibliográficas

- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 10ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 8ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Editora Aleph, 2004.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.
- DAMATTA, Roberto. **O que faz do Brasil, Brasil?** 9ed. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1998.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti e Bueno, Marielys Siqueira (orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- GASTAL, Susana, CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos (Orgs.). **Turismo na pós-modernidade: (des)inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- Guia da Cultura Japonesa**. São Paulo: JBC Editora, 2004.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 11ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.
- MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.
- ROCHA, Everaldo P. Guimarães. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. 2ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- ROSA, Maria Cristina (Org.); PIMENTEL, Giuliano G. de Assis; QUEIRÓS, Ilse Lorena Von Borstel G. de. **Festa, lazer e cultura**. Campinas: Papirus, 2002.
- SANTOS, Rafael José dos. **Imagens do turismo, culturas e lugares híbridos em Gramado e Canela, RS**. Trabalho apresentado ao NP – Comunicação, turismo e hospitalidade, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005
- SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades turísticas – identidades e cenários de lazer**. São Paulo: Aleph, 2004.
- SIQUEIRA, Euler David; SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas**. Trabalho apresentado ao NP – Comunicação, turismo e hospitalidade, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005.
- TURNER, Victor W. **O processo ritual**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1974.
- VELHO, Gilberto. **A utopia urbana: um estudo de antropologia social**. 2ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.
- _____. Observando o familiar. In: NUNES, Edson Oliveira (Org.). **A aventura sociológica – objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1978. p. 36-46.
- VIANNA, Hermano. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.
- WERNECK, Christianne Luce G.; STOPPA, Edmur Antônio, ISAYAMA, Hélder Ferreira: **Lazer e mercado**. Campinas, SP, Papirus, 2001.

Referências Eletrônicas

DIRETORIA DE MKT & C. **Tanabata Matsuri decora Liberdade**. Data da publicação: 3/7/2004 00:26:14. Disponível em < <http://www.kakinet.com/news/n050731a.php> >. Acesso em 11/06/2005.

FEIRA DA LIBERDADE. Disponível em < <http://www.feiradaliberdade.com.br/> > Acesso em 10/07/2005.

PORTAL JAPÃO. Disponível em < <http://www.portaljapao.org.br/site/eventos.asp?id=10> >. Acesso em 16/07/2005.

TANABATA MATSURI. Disponível em < <http://www.tanabatamatsuri.com.br> >. Acesso em 04/06/2005.