

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
CURSO DE TURISMO – EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS**

MAUREEN HELEN MOREIRA E SILVA

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA POP JAPONESA EM MATO GROSSO DO SUL:
BRASIL E ORIENTE, DOIS MUNDOS QUE SE ENCONTRAM EM EVENTOS.**

CAMPO GRANDE – MS

2017

MAUREEN HELEN MOREIRA E SILVA

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA POP JAPONESA EM MATO GROSSO DO SUL:
BRASIL E ORIENTE, DOIS MUNDOS QUE SE ENCONTRAM EM EVENTOS.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Turismo – Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul como parte das exigências para a obtenção do grau de bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Waldir Leonel.

CAMPO GRANDE – MS

2017

S581i Silva, Maureen Helen Moreira
A influência da cultura pop japonesa em Mato Grosso do Sul: Brasil e Oriente, dois mundos que se encontram em eventos/ Maureen Helen Moreira e Silva. – Campo Grande, MS: UEMS, 2017.
15p. ; 30cm.

Artigo (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2017.

Orientador: Prof. Dr. Waldir Leonel

1. Turismo 2. Cultura pop 3. Eventos 4. Parada Nerd 5. Cultura pop japonesa I. Título.

CDD 23.ed. 659.29

MAUREEN HELEN MOREIRA E SILVA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ARTIGO CIENTÍFICO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE
CURSO DE TURISMO ÊNFASE EM EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA POP JAPONESA EM MATO GROSSO DO SUL: BRASIL
E ORIENTE, DOIS MUNDOS QUE SE ENCONTRAM EM EVENTOS.**

APROVADO EM: ____ / ____ /2017

Orientador: Prof. Dr. Waldir Leonel

Prof. Dr. Débora Fittipaldi Gonçalves

Prof. Lucio Flavio Sunakozawa

A INFLUÊNCIA DA CULTURA POP JAPONESA EM MATO GROSSO DO SUL: BRASIL E ORIENTE, DOIS MUNDOS QUE SE ENCONTRAM EM EVENTOS.

THE INFLUENCE OF JAPANESE POP CULTURE IN MATO GROSSO DO SUL: BRAZIL AND EAST, TWO WORLDS THAT MEET AT EVENTS.

LA INFLUENCIA DE LA CULTURA POP JAPONESA EN MATO GROSSO DEL SUR: BRASIL Y ORIENTE, DOS MUNDOS QUE SE ENCUENTRAN EN EVENTOS.

Maureen Helen Moreira e Silva
Prof. Dr. Waldir Leonel

Resumo: Surgidos na década de 1980, quando grupos de amigos se reuniam para trocar as poucas informações existentes na época, tornando-os pioneiros dos eventos dedicados à cultura pop do Japão aqui no Brasil. Dentro deste cenário o surgimento e a popularização desses eventos aconteceram, com o auxílio desses pequenos grupos de especialistas quando o assunto são os animes, os mangás e o cosplay no Brasil. Tornando este universo base para a apresentação deste trabalho, tem-se a partir de pesquisa de natureza quantitativa, avaliar o potencial do evento e como objetivo geral do trabalho compreender o fenômeno do evento Parada Nerd, e sua integração com o turismo de Campo Grande/MS, proporcionando assim o maior conhecimento sobre a cultura pop japonesa, especificamente. Ainda que, devido à natureza recente do objeto estudado não se dispusesse de contabilidade ou dados que comprovassem sua eficácia, observou-se que o evento tem sido sentido pelos idealizadores do evento como um potencial promotor de seus negócios.

Palavras-chave: Turismo; Cultura pop; Eventos; Parada Nerd; Cultura pop japonesa.

Abstract: Arising in the 1980s, when groups of friends gathered to exchange the few existing information at the time, making them pioneers of the events dedicated to Japanese pop culture here in Brazil. Within this scenario the emergence and popularization of these events happened, with the aid of these small groups of specialists when it comes to animes, manga and cosplay in Brazil. Making this universe base for the presentation of this work, it is based on quantitative research, evaluate the potential of the event and as a general objective of the work to understand the phenomenon of the Parada Nerd event, and its integration with the tourism of Campo Grande / MS, thus providing greater knowledge about Japanese pop culture, specifically. Although, due to the recent nature of the object being studied, no accounting or data were available to prove its effectiveness, it was observed that the event has been felt by the event's creators as a potential promoter of its business.

Keywords: Tourism; Pop culture; Events; Parada Nerd; Japanese pop culture.

Resumen: Surgidos en la década de 1980, cuando grupos de amigos se reunían para intercambiar las pocas informaciones existentes en la época, haciéndolas pioneros de los eventos dedicados a la cultura pop de Japón aquí en Brasil. En este escenario el surgimiento y la popularización de estos eventos ocurrieron, con la ayuda de estos pequeños grupos de especialistas cuando el tema son los animes, los mangas y el cosplay en Brasil. En el marco de la investigación de naturaleza cuantitativa, evaluar el potencial del evento y como objetivo general del trabajo comprender el fenómeno del evento Parada Nerd, y su integración con el turismo de Campo Grande/MS, proporcionando así el mayor conocimiento sobre la cultura pop japonesa, específicamente. Aunque, debido a la naturaleza reciente del objeto estudiado no se dispusiera de contabilidad o datos que comprobase su eficacia, se observó que el evento ha sido sentido por los idealizadores del evento como un potencial promotor de sus negocios.

Palabras clave: Turismo; Cultura pop; Eventos; Parada Nerd; Cultura pop japonesa.

INTRODUÇÃO

A evolução digital e a globalização, respectivamente desenvolveram múltiplos setores, por exemplo, social, econômico e turístico. Pode-se observar o intenso e crescente uso das tecnologias da comunicação no ramo de turismo no que diz respeito à disseminação dos novos produtos que interagem com tais meios, como no caso dos eventos dedicados a mangás e animes, sendo esses de diferentes formatos e tamanhos. Então, a popularização da internet chegou, e juntamente com ela o acesso às informações ficou mais fácil e os mangás invadiram nossas bancas - são mais de 60 títulos hoje. Assim, o público que era pequeno e segregado na década de 1980 cresceu muito. E os eventos também. (SIQUEIRA, 2017).

Os eventos possuem o caráter temático, referencia-se a infância de muitas pessoas que compartilham certa devoção pela cultura pop como um todo (o que em sentido universal abrange o mundo dos games, das séries e literatura de gênero *Young Adult* (YA)¹) e a crescente devoção ao mundo da cultura pop japonesa (envolvendo o mundo dos animes, mangás, *tokusatsu*² e *cosplay*³), compilando uma cadeia de eventos com um teor que abrange infanto-juvenil e adultos. É um tema relevante para a sociedade de modo geral, porque todos de alguma forma já tiveram ou ainda possuem

¹ Uma literatura jovem com temáticas mais adultas.

² Qualquer filme ou série japonesa que tenha como personagens heróis mascarados que enfrentam monstros de estatura humana ou de estatura colossal (combatidos por robôs gigantes).

³ Cosplay termo em inglês, formado pela junção das palavras costume (fantasia) e roleplay (brincadeira ou interpretação).

algum contato com essa cultura, como por exemplo por meio da TV aberta, tendo como pioneira a extinta TV Manchete no ano de 1994, com aquele que veio a ser o precursor da cultura pop japonesa no Brasil: Os Cavaleiros do Zodíaco. O mundo Geek, Nerd (e agora o Otaku) sempre foi alvo de especulações e críticas, sejam elas boas ou ruins. Eles apareceram como tribos deslocadas (dentro do que o senso comum da sociedade muitas vezes pré estabeleceu e conceituou), porém hoje existe outra realidade, muito mais que um fenômeno social, são uma comunidade, e assim, são um potencial a ser pesquisado e trabalhado. Esses dois termos mexem com o imaginário das pessoas, as vezes de forma engraçada, outras de forma preconceituosa por simplesmente não conhecerem o que de fato o termo significa.

E é aqui, em meio a esse cenário, que se encontra o Parada Nerd, que é uma convenção anual multi temática, destinada a jovens, crianças e adolescentes que gostam ou têm interesse em qualquer tipo de cultura pop. São propostas três modalidades dentro dela: atração, exposição e interação nas quais os frequentadores possam passar um final de semana em um universo diferente, familiar e cheio de conteúdos com a temática pop, Geek, Nerd e Otaku, como Filmes, Jogos, Livros, Fantasia.

O público presente tem a oportunidade, ainda, de interagir de diversas formas, sendo eles em estandes, oficinas, atividades ou até em brincadeiras e concursos. O projeto é organizado e idealizado por Álex Tominaga, Danilo Yonamine e Flávio Nakazato, todos de Campo Grande/MS, que desde 2009 tem interesse em fomentar a cultura e mercado local por meio da movimentação desses grupos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente artigo, tem como metodologia, a utilização da pesquisa bibliográfica, realizada em textos e artigos científicos, que abordam o tema eventos da cultura pop japonesa. Por motivo de o objeto de estudo ser a respeito de um nicho específico e relativamente recente, a revisão da literatura se processou, maiormente pela internet, mídia que concentra na atualidade a boa parte das informações sobre o assunto aqui tratado. Realizada a pesquisa de campo, e descritiva, com abordagens quantitativas, tendo como base de estudo, um levantamento de dados, a partir da realização da aplicação de 151 questionários, junto aos participantes do evento Parada Nerd, com 15 perguntas abertas e de múltipla escolha, para melhor entendimento dos entrevistados.

Baptista e Cunha (2007, p. 177) descrevem que a aplicação de questionários “[...] é um dos métodos mais utilizados. Consiste numa lista de questões formuladas pelo pesquisador a serem respondidas pelos sujeitos pesquisados. [...]”. Cunha (1982) complementa que o questionário consiste

numa lista de questões a serem propostas pelo pesquisador, junto aos informantes, para a obtenção de dados, escolhidos pelos mais diversos métodos de amostragem.

O estudo foi desenvolvido com os participantes do evento Parada Nerd, 4ª edição, no qual a pesquisa foi realizada nos dias 27 e 28 de Maio de 2017. E com o auxílio do método quantitativo foi possível articular sobre os eventos existentes de cultura nipônica e como está sendo a participação nesses eventos no município de Campo Grande/MS. Dados do estudo foram feitos por meio de levantamento de informações dos participantes como: idade, interesses no evento, partindo para uma pequena definição do perfil dos denominados Geeks, Nerds e Otakus, entrevistas com pessoas que pertencem a essas tribos urbana e também observações em campo feita por meio de participação nos eventos.

Turismo e Eventos

Partindo-se da ideia de que os eventos nascem de reuniões e considerando-se a multiplicidade de eventos, classificá-los por categoria, áreas de interesse e, em seguida, por tipos, que podem ser agrupados em várias áreas ao mesmo tempo (ANDRADE, 1995). E então temos um evento de caráter coloquial - social. Tendo em vista que as reuniões coloquiais são embasadas no entretenimento, no lazer, na aproximação entre as pessoas e na confraternização. E quando essa possui o caráter social temos como finalidade apenas o encontro entre pessoas, para confraternização. O Parada Nerd vai além e também apresenta certos caracteres que relaciona-se a qualquer espécie de arte, música, dança, pintura, literatura, tornando-o também em um evento de cunho artístico.

Ao longo dos anos, este tipo de evento direcionado a públicos com interesses específicos cresceu exponencialmente e a demanda por outros encontros de fãs levou à criação de dezenas de outros que se dissiparam por todo o mundo.

De acordo com Harris, o evento em sua introdução é: (2003, p. 4)

Atualmente os eventos são mais essenciais à nossa cultura do que jamais foram. O tempo de lazer maior e a maneira mais cuidadosa de gastar levaram à proliferação de eventos públicos, celebrações e entretenimento. Os governos de hoje apoiam e promovem eventos como parte de suas estratégias para o desenvolvimento econômico, crescimento da nação e marketing de destino. As corporações adotam eventos como elementos essenciais em suas estratégias de marketing e de promoção de imagem. O entusiasmo dos grupos comunitários e indivíduos por seus próprios interesses e paixões motiva o surgimento de uma maravilhosa coleção de eventos sobre praticamente todos os assuntos e temas que possa imaginar. Os eventos transbordam dos nossos jornais e telas de televisão, ocupam muito do nosso tempo e enriquecem nossas vidas. À medida que os eventos emergem como uma indústria em causa própria. Por isso é válido considerar quais elementos caracterizam tal indústria.

Caracterização desses eventos como um meio de indústria é o que torna ainda mais visível a questão da empregabilidade do setor, além de alavancar a questão do empreendedorismo que se encontra agregado com a paixão que Harris cita, paixão esta que envolve toda a paixão por entre as construções do que é o evento, engrandecendo o real sentido dos eventos que vai valorando e enriquecendo a visibilidade dos eventos.

Para a fomentação do que denominamos evento, uma simples conceituação seria de que:

Segundo Zanella (2012, p.1), evento é

[...] uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc.

No enlace do turismo conecta-se ao universo dos eventos e o desmembra a partir da concepção de ter-se um novo mundo em um espaço que pode explorar além do que a localidade permite, de uma forma simplista viajar e pertencer a algum lugar, sem perder o seu lugar, com o toque da sua “cor local”. Portanto, Acevedo (2003, p. 78) afirma que “escapar da rotina do dia-a-dia, experimentar coisas novas/visitar lugares novos e engajar-se em atividades físicas são as razões que motivam maior número de pessoas mais jovens em comparação com a proporção de pessoas mais velhas que são conduzidas por estes objetivos”. Tem-se uma nova perspectiva de viagens e eventos para um público mais jovem, que busca realmente a experimentação daquilo que o faz sentir pertencente ao lugar de destino, sem abandonar o lugar de origem.

“[...] O Brasil já se tornou referência mundial em consumo de cultura pop” (2017), segundo Ivan Costa, CEO da Chiaroscuro Studios e um dos sócios do evento CCXP Experience.” O potencial em fomentar o turismo por meio da realização de eventos é algo que já está visível a todo público, que se faz presente, assim como por aqueles que demonstram interesse em investir nesse segmento, que é tão rentável tanto em retorno financeiro, quanto em retorno socio cultural, que possui também viés educacional.

Ainda Zanella (2012, p.5), funcionalidade dos eventos também é:

[...] Além de sua importância para o desenvolvimento turístico, os eventos apresentam outras particularidades relacionadas com o ambiente socioeconômico, tais como: promovem o desenvolvimento de atividades complementares ao evento principal, tais como transporte interno, áreas de

alimentação, lazer, serviços de instalações e montagens, produção de artigos promocionais/brindes, e especialmente, o incremento do comércio informal.

Tornando imperativo dessa forma a viabilidade de se fomentar o turismo de eventos, utilizando esse mais novo público que vem se destacando. Para o mercado de eventos temos um grande público que pode e deve ser considerado muito mais variado do que costumamos pensar. Um público que busca realmente manter-se em fuga da sociabilização mas que movimenta e muito o mercado turístico quando se trata de comparecer em eventos do seu interesse, não apenas de lazer, mas de bem estar e comodidade com todos ao seu redor, e tudo que lhe é proporcionado nesse “seu lugar”

Nerds e Geeks

A palavra geek, foi registrada pela primeira vez em 1916. O termo era usado para descrever atrações bizarras de circo, como artistas que comiam insetos vivos. Esses espetáculos eram conhecidos como “geek shows”. A palavra geek vem da palavra alemã “geck”, usada para falar de alguém bobo ou maluco demais. Já a palavra nerd foi usada pela primeira vez em um livro infantil chamado “If I Ran the Zoo”⁴, escrito por Dr. Seuss, em 1950 (. Um ano depois, em um artigo de uma revista, a palavra nerd foi usada novamente, com uma conotação parecida com a atual, que seria uma pessoa “crânio”, muito inteligente. Uma nova conceituação é de que os geeks são pessoas com um nicho, interesse e estilo de vida específico por terem se tornado especialistas nestas variáveis, possuem tanto conhecimento de mundo que podem ser chamados de “enciclopédia ambulante” e seus interesses incluem jogos, filmes, coleções, tecnologia, computação, programação, entre outros (YUNG, 2010).

Já o nerd é extremamente inteligente, possui grande fascinação por assuntos acadêmicos, física, ficção científica, fantasia e programação de computadores, são introvertidos e ineptos socialmente. Nerd (para a língua portuguesa do inglês estadunidense nerd) é um termo que descreve, de forma estereotipada, muitas vezes com conotação depreciativa, uma pessoa que exerce intensas atividades intelectuais, que são consideradas inadequadas para a sua idade, em detrimento de outras atividades mais populares. Por essa razão, um nerd muitas vezes não participa de atividades físicas e é considerado um solitário pelas pessoas. Pode até mesmo vir a descrever uma pessoa que tenha

⁴ “Se eu corria o zoológico” é frequentemente creditado como a primeira aparição inglesa, moderna e impressa da palavra “nerd”, embora a palavra não seja usada em seu contexto moderno, com o mesmo contexto que é vagamente relacionado dentro da obra.

dificuldades de integração social e seja atrapalhada, mas que nutre grande fascínio por conhecimento ou tecnologia (BARRAL, 2000).

Características relacionadas a essas tribos – que começou a se dissipar em meados dos anos 70 - e são as que cada vez mais esta se atrelando aos sujeitos geek/nerd/otaku: a proximidade com um específico conjunto de bens culturais. Dentre os personagens desse conjunto, extremamente submerso na nomeada cultura pop, a crescente de destaque são as produções cinematográficas, e as produções audiovisuais televisivas, os games, os quadrinhos e a participação de obras literárias.

E a consolidação desses grupos realmente tomou proporções mundial que hoje existe em calendário oficial o Dia do Orgulho Nerd, e é comemorado anualmente em 25 de maio em todo o mundo. A data foi criada para que todos os nerds e geeks possam celebrar, assumir, homenagear e promover a sua cultura. O Dia do Orgulho Nerd é comemorado nesta data em homenagem a estreia do primeiro filme da franquia Star Wars (Star Wars, Episódio IV: Uma Nova Esperança), lançado em 25 de maio de 1977 e considerado um grande marco para a cultura nerd.

O dia 25 de Maio também pode ser conhecido como o Dia da Toalha, uma comemoração que também serve de homenagem para a cultura geek. O Dia da Toalha é uma homenagem dos fãs da série "O Guia do Mochileiro das Galáxias" e ao seu autor, o escritor Douglas Adams. A iniciativa do Dia do Orgulho Geek começou em 2006, na Espanha, com o chamado "Dia del Orgullo Friki". Não demorou muito para que a data se espalhasse por todo o mundo através da internet. Em 2008, o Dia do Orgulho Geek já chegava aos Estados Unidos, sendo amplamente divulgado e chamado de Geek Pride Day. (CALENDAR, 2017)

Otakus e o Parada Nerd

Já Otaku na cultura ocidental (como a cultura brasileira), ganhou um significado bastante diferente do original e é utilizada como uma gíria que define as pessoas que são exclusivamente fãs de animes e mangás (desenhos animados e hq's típicos do Japão). No Japão, a figura do otaku é caracterizada como sendo a de um indivíduo que busca se isolar socialmente, dedicando-se exclusivamente e obsessivamente a um hobby ou atividade específica. Os otakus (no ocidente) são formados por fãs da cultura pop japonesa. O mercado de produção para os otakus gera milhares de milhões de ienes para o Japão. País este que tem um enorme centro de atração para os otakus em Tóquio, o distrito de Akihabara. (SIQUEIRA, 2017).

Entretanto quando o quesito é atratividade por meio de monumentos construídos, o Japão é detentor de um número razoavelmente significativo, afinal, ainda por meio da cultura pop nipônica (animes e mangás) tem-se o poder de conhecer diversos pontos turísticos, como por exemplo: a torre

de Tóquio, Odaibo localizado próximo a baía de Tóquio, o centro de compras de Shibuya também em Tóquio, o bairro de Kyoto, além de diversos outros pontos emblemáticos do Japão.

Akihabara (chamada também de Akiba)⁵, um bairro que apresenta em toda sua região os moldes (esses pensados pelos geeks/nerds/otakus) de ser um espaço praticamente infinito quando o assunto é cultura pop nipônica.

Segundo Barral (2000), o termo otaku determina uma aproximação entre pessoas não-íntimas usando como canal de comunicação elementos como: apreciação de mídias nipônicas (animes, mangás, músicas e games [RPG]). Facilmente assimilamos que um otaku é um nerd que em seu diferencial aprecia a cultura nipônica. Os *cosplayers*⁶ que são aqueles que são adeptos a ideologia do cosplay, praticada principalmente (porém não exclusivamente) por jovens e que consiste em disfarçar-se ou fantasiar-se de algum personagem real ou ficcional, concreto ou abstrato, como, por exemplo, animes, mangás, comics, videogames ou ainda de grupos musicais — acompanhado da tentativa de interpretá-los na medida do possível, também são otakus, e estão envoltos pelos instrumentos midiáticos de uma cultura estrangeira, mas que se mostra como extremamente flexível, o suficiente para ser o alvo da atenção das pessoas das mais variadas idades e classes sociais.

Segundo o Cambridge Dictionaries Online (2017), cosplay “consiste no hobby de vestir-se e com o intuito de adquirir a forma e características de um personagem de filme, programa de TV, quadrinho, etc”, (Barral, 2000). Tudo isso faz deste grupo, um conjunto de pessoas bem heterogêneo, e que vem a cada ano ganhando consistência.

Com o intuito de abraçar qual for a categoria visitante, marcam presença com lojas prontas a atender como: livrarias de mangá, lojas de eletrônicos, de *cosplay*, karaokês, fliperamas, restaurantes temáticos e *maid cafés* (que são as cafeterias onde as atendentes se caracterizam como empregadas da era vitoriana e recebem o visitante como se o mesmo fosse um rei). Possui atrativos como shows na rua. Ou seja, um bairro como todos os outros de Tóquio, com o diferencial de proporcionar em detalhes muito daquilo que fascina tanto na cultura nipônica.

E com a crescente demanda dessas “tribos”, evidencia-se a necessidade de olhares mais atentos a uma ramificação dentro do turismo de eventos. E quando buscamos pelos eventos dedicados a mangás e animes, de diferentes tamanhos e formatos, se espalham pelo Brasil. No final dos anos 1990, o sucesso de Cavaleiros do Zodíaco, Sailor Moon, CardCaptor Sakura e Dragon Ball na

⁵ Akihabara, localizada em Tóquio no Japão, e tratava-se de uma região dominada por lojas de computadores e tecnologia. Carinhosamente denominada Akiba por quem vai muito lá, o bairro é cheio de letreiros luminosos para atrair os visitantes.

⁶ Definição utilizada para aquelas pessoas que interpretam e representam por meio da arte do *Cosplay*.

televisão criou o ambiente perfeito para o surgimento de eventos ainda que pequenos, como o Animencontro, em Curitiba, o BH Anime, em Belo Horizonte, o AnimeCon e o AnimeFriends, ambos em São Paulo. E então quando falamos dos maiores do Brasil hoje temos 3 grandes eventos de animes e mangás. O Anime Friends, em SP, existe desde 2003, foi o primeiro da nova geração a trazer cantores japoneses e reúne cerca de 100 mil pessoas. O Sana, em Fortaleza, começou em 2001, organizado por amigos que eram fãs da cultura pop japonesa, e recebe 60 mil visitantes. E em Recife acontece o SuperCon, que surgiu em 2004 e é visitado por aproximadamente 35 mil pessoas. O Parada Nerd disponibiliza em seu site e blog de informações uma estimativa de cerca de 6 mil pessoas presentes nos dias do evento.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A discussão dos resultados deu-se através da análise de questões, ao passo que foram colocados dados e opiniões dos entrevistados ao longo da análise a respeito do evento Parada Nerd. Preferiu-se fazer desta forma para entender de maneira mais completa e complexa como procederam-se as aplicações dos questionários junto aos entrevistados.

Primeiro, coletou-se informações dos visitantes como, local de residência (se visitante, qual o meio de hospedagem escolhido), gênero, idade e após, procurou-se saber sobre a motivação que os entrevistados tiveram para ir ao evento em si que é um dos pontos cruciais do trabalho, além de saber se era a primeira participação no evento, que também é uma das questões chave para o trabalho. As questões consecutivas 1 e 2, fundamentaram-se em faixa etária e gênero, para que houvesse uma avaliação em dados numéricos a presença do público e uma base do perfil desses grupos.

Tabela 1: Faixa etária

FAIXA ETÁRIA	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Até 12 anos	10	7%
De 13 a 17 anos	100	65%
De 18 a 24 anos	36	25%
De 25 a 35 anos	5	3%
Acima de de 36 anos	0	-

Tabela 2: Gênero

GÊNERO	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Feminino	61	38%
Masculino	88	62%

As tabelas 1 e 2 apresentam em números e porcentagem a faixa etária dos participantes, bem como o sexo que atrai a maioria dos participantes desse tipo de evento (Parada Nerd). Segundo os dados apresentados, com idade de até 12 anos representam 7% do público, seguidos de 65% do público que tem de 13 a 17 anos, seguidos de 25% que possui de 18 a 24 anos, e entrando em uma categoria mais adulta tem-se 3% apenas de um público com idade entre 25 e 35 anos, sem ter registro de questionário de um público adulto acima de 36 anos. A pergunta de número 3, questionou se o participante do evento veio de outra localidade, se veio basicamente para participar do evento.

Tabela 3: Residentes ou visitantes

VISITANTES	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Não	140	95%
Sim	11	5%
Aquidauana	2	-
Brasilândia	2	-
Ilha Solteira	1	-
Guia Lopes da Laguna	2	-
Rochedo	2	-
Terenos	1	-
São Paulo	1	-

Aqui na tabela 3, os dados coletados têm relação direta com o turismo, em um evento de apenas dois dias, pode-se notar que a maioria das pessoas não são de fora da Capital de MS, Campo Grande com 95% de participação e representatividade no evento, mas mesmo assim, algumas pessoas em um representativo de 5%, que estão no evento vieram de outras cidades, porém assistem no mesmo estado (Mato Grosso do Sul). E apenas uma pessoa que estava participando do evento residia em outro estado. A questão de número 4 é relacionada ao Meio de Hospedagem escolhido.

Tabela 4: Meios de hospedagem

MEIO DE HOSPEDAGEM	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Casa Parentes	4	35%
Casa Amigos	7	65%

A partir da tabela de número 3, temos um representativo por meio da tabela de número 4 sobre os meios de hospedagem, na qual infere-se que a maior parte se hospeda em casa de amigos 65% (em um total de 151 questionários aplicados, 11 apresentaram visitantes participando do evento). A outra

pequena parte 35%, se hospeda em casa de parentes. É um reflexo de que os nerds e geeks, preferem estar com pessoas da mesma tribo, mesmo quando estão em outra cidade. O que não traz um retorno ativo no setor de meios de hospedagem, mas que proporciona uma visão de um possível público em expansão. Na questão 5, questionou-se sobre o conhecimento de outro evento relacionado a cultura pop.

Tabela 5: Reconhecimento dos eventos do mesmo padrão que o Parada Nerd

CONHECIMENTO DE OUTRO EVENTO	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Não	71	47%
Sim	80	53%

Com o auxílio da tabela 5, temos os seguintes dados. Ao serem questionados se conheciam outros eventos com essa mesma temática, a grande maioria respondeu que sim em um representativo de 53% , o que torna meio que equilibrado o número do resultado, já que também havia um número significativo 47% de pessoas que não conheciam, e estavam pela primeira vez na Parada Nerd. Esses dados revelam que os eventos nerds/geek e otakus na cidade de Campo Grande, ainda são relativamente novos e o público, embora muito novo, ainda não está familiarizado com a identificação dos eventos desse gênero em específico. E quanto a questão 6, questiona-se qual a categoria com a qual você mais se identifica.

Tabela 6: Interesses no evento Parada Nerd

MOTIVAÇÃO EM PARTICIPAR DO EVENTO	Nº DE ENTREVISTADOS	%
Animes	102	68%
Games	94	65%
Mangás	47	32%
Grupos Musicais	42	28%
Cosplay	39	26%
Outros	7	5%

A motivação de cada pessoa para esta em um evento é o que faz o evento existir. Por possuir o caráter de um evento direcionado aos seguidores da cultura pop nipônica (Otakus), o percentual mais representativo é de 68% com a categoria de animes (animações japonesas), mas em 65% de presença temos a categoria de games que torna o evento um representativo bastante fidedigno também dos seguidores da cultura pop ocidental (Geeks & Nerds), seguidos de 32% de interessados em

mangás (quadrinhos japoneses), 28% com interesse em grupos musicais (*J-Pop*⁷ e *K-Pop*⁸ em sua maioria), seguidos de 26% de adeptos da cultura do cosplay e 5% representando categorias como séries, e literatura do tipo YA.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao seguir os dados da análise, torna-se evidente que o evento Parada Nerd possui um público que vai além de grupos de aficionados, a chamada cultura pop japonesa se infiltrou na mídia, extrapolou as fronteiras da colônia japonesa e criou modas, manias e influenciou muita gente. Mangá, anime, tokusatsu, games, músicas, moda. Nos eventos vê-se, a popularidade que tais produções geraram fãs apaixonados, ávidos por informações vindas do outro lado do mundo. Afinal, o Brasil tem a maior comunidade japonesa fora do Japão. Os Estados com maior porcentagem de descendentes de japoneses são: São Paulo (1,9%), Paraná (1,5%) e Mato Grosso do Sul (1,4%). Logo, tem-se o potencial, e tem a presença do público, que de forma alguma se restringe aos descendentes, mas que auxilia na melhor forma de conhecer sobre a riqueza que é a cultura nipônica.

Pode-se concluir após a verificação na 4ª edição do evento Parada Nerd que o mesmo possui adesões de diversos públicos e que outros eventos com essa mesma linha de apresentação poderão surgir o que movimentará ainda mais o setor de eventos. O real potencial do impacto que estas novas categorias de eventos trarão para o turismo deverá aparecer com a melhor divulgação e assim tendo uma maior propagação e aceitação do evento, a cidade de Campo Grande – MS, que já é reconhecida por ser um pólo indutor para o turismo de eventos, terá uma nova categorização para esse segmento, não só para o conhecimento do estado, mas sim conhecimento em nível nacional, assim como já ocorre nas cidades de São Paulo, Belo Horizonte e Curitiba.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, C. R. Motivos para viajar: Um estudo com turistas maduros no contexto brasileiro. Universidade Nove de Julho – Uninove. Facef Pesquisa, 6(3), 10. (2003).

ANDRADE, Cândido T. de S. **Como administrar reuniões**. São Paulo: Loyola, 1995.

BARRAL, E. Otaku: Os filhos do virtual. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

⁷ O J-Pop, é como se convencionou chamar a música pop no Japão.

⁸ O Termo K-Pop (Korean Pop) surgiu nos anos 90 e é o significado, em inglês, para as músicas que vêm da Coreia do Sul, especificamente.

BAPTISTA, S. G., & CUNHA, M. B. da. **Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. Perspectivas em Ciência da Informação**, 12(2), 168-184. 2007

Belo Horizonte. **Revista de Cultura e Turismo – CULTUR**, ano 06 – nº 02. Junho, 2012. Belo Horizonte.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3ed. São Paulo: SENAC, 2000.

Bunkapop – Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=qcrqWNH5IJs> > Acesso em 30 de Junho de 2017

Bunkapop – Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=H7QyjvAR1w4> > Acesso em 30 de Junho de 2017

Bunkapop – Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=_bRNrmbW0v4 > Acesso em 30 de Junho de 2017

Calendar – Disponível em < <https://www.calendarr.com/brasil/dia-do-orgulho-geek/> > Acesso em 13 de Setembro de 2017

COMIC CON. Comic Con International: San Diego - Disponível em < <http://www.comiccon.org/about> > Acesso em: 14 de Junho 2017.

Garotas Geeks – Disponível em < <http://www.garotasgeeks.com/anime-otaku> > Acesso em 29 de Maio de 2017.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GOES, Rodrigo. MATSUDA, Michel. NAGADO, Alexandre. **Cultura pop japonesa. Histórias e curiosidades**. 1ª edição: março de 2011 (eBook)

HARRIS, Robert. **Organização e gestão de eventos**. 2 ed. Rio de Janeiro; Campus, 2003

Japão em foco – Disponível em < <http://www.japaoemfoco.com/paises-com-maior-concentracao-de-japoneses/> > Acesso em 23 de Agosto de 2017

Jovem Nerd – Disponível em < <https://jovemnerd.com.br> > Acesso em 13 de Março de 2017

Livros de fantasia – Disponível em < <http://livrosdefantasia.com.br/2015/05/15/o-que-e-young-adult/> > Acesso em 25 de Junho de 2017

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**. 2ed. São Paulo: Manole, 2004.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

Omelete – Disponível em < <https://omelete.uol.com.br/quadrinhos/noticia/comic-con-experience-estreia-no-nordeste-em-2017/> > Acesso em 07 de Maio de 2017

Parada Nerd Blog – Disponível em < <http://www.paradanerd.com.br/sobre-nos/> > Acesso em 06 de Julho de 2017

Play master – Disponível em < <https://playmaster.com.br/universo-cosplay-sua-definicao-e-curiosidades/> > Acesso em 12 de Agosto

Senpoo – Disponível em < <http://senpoo.com.br/2015/03/9-definicoes-para-tokusatsu/> > Acesso em 21 de Setembro de 2017

SEUSS, Dr. **If I ran the zoo**. New York: Random House, 1950.

SIQUEIRA, Renato. Matéria “Quando os fãs fazem a festa” - Mangás e animes. Especial Mundo Estranho / Editora Abril. - São Paulo: Abril, 2017.

Super Interessante, Matéria “Sou Nerd, mas tô na moda” - Disponível em < http://super.abril.com.br/revista/245/materia_revista_256871.shtml > Acesso em 2 de Junho de 2017

Tudo isso – Disponível em < <https://tudooisso.wordpress.com/2010/10/29/nao-sabe-o-que-k-pop-relaxa-vai-entender-agora/> > Acesso em 2 de Novembro de 2017

Universo Otaku – Disponível em < www.universo-otaku.blogspot.com > Acesso em 28 de Agosto de 2017

YUNG, Rachel. **Geek media and identity**. Honors thesis in sociocultural anthropology. Abril, 2010.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**. 5ed. São Paulo: Atlas, 2012

