



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA
CURSO: TURISMO

**USOS E COSTUMES DA CULINÁRIA JAPONESA COMO ATRATIVO TURÍSTICO
EM BRASÍLIA**

MICHELLE KIEMY FUJIMOTO

RA: 2032224/8

PROF(A). ORIENTADOR(A): ANNA MARIA FELIPIN RIGOBELLO

Brasília/DF, Maio de 2007

MICHELLE KIEMY FUJIMOTO

**USOS E COSTUMES DA CULINÁRIA JAPONESA COMO ATRATIVO TURÍSTICO
EM BRASÍLIA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Turismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof(a). Orientador(a): Anna Maria
Felipin Rigobello

Brasília/DF, Maio de 2007

MICHELLE KIEMY FUJIMOTO

**OS USOS E COSTUMES DA CULINÁRIA JAPONESA COMO ATRATIVO
TURÍSTICO EM BRASÍLIA**

Monografia apresentada como um dos requisitos parcial de conclusão do Curso de Turismo do UNICEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof(a). Orientador(a): Anna Maria
Felipin Rigobello

Banca examinadora:

Prof(a). Anna Maria Felipin Rigobello
Orientador(a)

Prof(a).
Examinador(a)

Prof.(a)
Examinador(a)

Brasília/DF, Maio de 2007.

DEDICATÓRIA

À minha família, que compartilha a minha vida. Ao orientador, pela paciência e sabedoria, ao compartilhar o assunto, ajustes e realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço neste trabalho aos meus pais, Hisao Fujimoto que muito me apoiou. E principalmente pela minha mãe, Maria Alice Matiko Hayashi, que mesmo longe esteve sempre presente e me dando força para que concluísse o curso, me incentivando para não trancar a faculdade.

Aos meus irmãos Beatriz, Lindsay e Pedro Felipe, que não conheço, por ter me ajudado em tudo quando precisei. À Paula, que esteve sempre presente quando precisei, e ao Pedro, mesmo longe sempre me apoiou me deu conselhos e sempre esteve do meu lado quando precisei. À minha família, que me ajudou quando cheguei aqui no Brasil

Aos meus amigos do Ministério a principalmente Yngrid, Jaqueline, Francimar e Renata por me ajudar, me dando apoio, força e me substituindo quando precisei, e por ter-me ouvido. E os amigos do CAT que acompanharam a dificuldade da realização da monografia; a todas as minhas colegas de faculdade em que a todo o momento estavam dispostas a me ajudar, que estiveram comigo nestes 4 anos de faculdade e que deixarão muita saudade.

A minha orientadora, Anna Maria, que apesar de toda a dificuldade que tive me orientou para que este trabalho fosse apresentado. E a Deus por me dar calma e paz, nos momentos difíceis.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a divulgação da culinária japonesa para o turismo em Brasília, destacando o modo de pensar de um povo que se revela na gastronomia. Destaca-se nesse sentido, a imigração japonesa, sua história e as influências culturais no desenvolvimento turístico, salientando ainda nesta análise, a culinária japonesa para o turismo de Brasília, uma vez que este é o tema principal deste estudo. A metodologia utilizada neste trabalho monográfico foi de caráter qualitativo que estimula os entrevistados a pensarem livremente sobre o tema, auxiliando na compreensão da temática. Evidencia-se após o referencial abordado e a pesquisa qualitativa, que a gastronomia é muito importante e relevante para o turismo e possibilita inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar esse nicho de mercado, direta ou indiretamente. A gastronomia como produto turístico é um importante motivador e mesmo quando não é o elemento principal da escolha de uma destinação, sempre estará inserida no contexto da viagem, e terá o seu papel de destaque num evento turístico.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Japonesa, Gastronomia, Turismo Cultural.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
CAPÍTULO I – TURISMO CULTURAL E GASTRONOMIA.....	12
1.1 Turismo	
1.2 Turismo Cultural	
1.3 Gastronomia	
1.4 Gastronomia e Turismo	
CAPÍTULO II – IMIGRAÇÃO E CULINÁRIA JAPONESA: ENFASE TURÍSTICA	23
2.1 Os Imigrantes Japoneses no Brasil	
2.2 Culinária Japonesa	
CAPÍTULO III – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	33
ANEXOS.....	37

INTRODUÇÃO

Este trabalho monográfico tem como ênfase destacar o modo de pensar de um povo que se revela na gastronomia e, mais especificamente, na estética da culinária japonesa, que engloba e valoriza todos os sentidos na apreciação dos pratos, inclusive representando as estações do ano. Além disso, esse modo de sentir e pensar a culinária envolve também a técnica do preparo dos alimentos com o objetivo de valorizar o seu sabor natural (OKAMOTO, 2002).

A globalização traz para as cidades o mundo dentro de nossas casas, e estimula a curiosidade para conhecer (e experimentar) novas culturas. E se percebe que a culinária japonesa aguça a curiosidade por sua comida, favorecendo a ênfase das tradições da culinária e o turismo cultural japonês.

O turismo cultural é motivado pela busca de informações, de novos conhecimentos, de interação com outras pessoas, comunidades e lugares, da curiosidade cultural, dos costumes, da tradição e da identidade cultural (MOREIRA, 1994). Destaca-se nesse sentido, a imigração japonesa, sua história e as influências culturais no desenvolvimento turístico, salientando ainda nesta análise, a culinária japonesa para o turismo de Brasília, uma vez que este é o tema principal deste estudo.

A atividade turística com base na cultura tem como fundamento o elo entre o passado e o presente, o contato e a convivência com o legado cultural, com tradições que foram influenciadas pela dinâmica do tempo, mas que permaneceram; com as formas expressivas reveladoras do ser e fazer de cada comunidade. O turismo cultural abre perspectivas para a valorização e revitalização do patrimônio, do revigoramento das tradições, da redescoberta de bens culturais materiais e imateriais, muitas vezes abafadas pela concepção moderna (SCHLÜTER, 2003).

Assim pensando, a atividade turística passa necessariamente pela questão da cultura local e regional. Reforça a necessidade em compreender as suas peculiaridades, admirar a complexidade e estimular a participação da comunidade.

As peculiaridades da cultura japonesa em Brasília datam do início de sua construção, em 1960, marcando presença nas áreas agrícolas e urbanas da cidade

(NIPPON, 2007). Somente na década de 1980, no entanto, os indivíduos brasileiros, impulsionados pela busca de alimentação saudável, e com a busca pela qualidade de vida, deixaram de achar tão estranho comer peixe cru nos *sushis* e *sashimis*. A culinária japonesa ganhou admiradores, entre *gourmets* e não-*gourmets*, que buscavam uma alimentação diferente, mais leve (GLOBO, 1993).

Considerando estes fatos, estabelece-se uma investigação para verificar como a comida japonesa se incorporou aos hábitos alimentares dos brasileiros, o que exigiu uma análise histórica da própria presença japonesa no País.

O estudo das origens de hábitos alimentares torna-se cada dia mais importante devido ao processo de globalização e de incorporação de novos costumes pelas populações de cada país ou região, que pode fazer com que o padrão alimentar local seja alterado. No entanto, manter as tradições culturais é de suma importância para o turismo gastronômico em Brasília, pois a cidade incorpora tradições goianas, mineiras, nordestinas, italianas, francesas e também japonesas, dentre outras.

Tendo como base a importância da diversidade na gastronomia citado acima, estabeleceu-se como objetivo geral deste estudo, analisar a divulgação da culinária japonesa para o turismo em Brasília. Os objetivos específicos estabelecidos para responder à problemática de como aproveitar a cultura japonesa para o turismo em Brasília, foram: caracterizar historicamente a imigração japonesa em Brasília/DF e estudar os restaurantes que oferecem culinárias japonesas selecionados; apresentar a importância da divulgação da culinária japonesa em Brasília.

A metodologia adotada neste estudo tem a finalidade de encontrar o caminho para analisar os aspectos da cultura japonesa e sua influência nos restaurantes de Brasília. Sendo assim, utilizou-se como metodologia, duas formas de pesquisa: a de caráter bibliográfico, para dar embasamento teórico necessário demonstrando a ênfase do tema proposto; e a observação, que segundo Vergara (2000, p. 50) constitui a base da pesquisa científica.

O Método Qualitativo empregado na pesquisa aqui abordada pretende abstrair a realidade, captar a subjetividade dos indivíduos; (PEDRON, 1997), ou seja, não pretende numerar ou medir unidades, mas captar a subjetividade dos indivíduos usando o ambiente como fonte direta de dados para resolver problemas em situações específicas. Assim, estimula-se os entrevistados a pensarem livremente sobre algum tema, objeto ou conceito (PEDRON, 1997). Com este

enfoque tem-se a seguinte problemática: “Qual seria uma opção turística para Brasília tendo como contexto a culinária japonesa?”.

Segundo Paulescu & Muniz (2003), o método de abordagem é o dedutivo, posto que se partiu de leis gerais que regem os fenômenos, permitindo chegar aos fenômenos particulares.

O método de procedimentos utilizado no Relatório foi o histórico, que tem sua razão na investigação dos acontecimentos da cultura japonesa em Brasília. Para Paulescu & Muniz (2003, p.24), “esse método consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar a sua influência na sociedade atual”. Quanto aos procedimentos e técnicas utilizadas, ocorreram da seguinte forma:

- Pesquisa bibliográfica em livros, para um conhecimento mais abrangente do tema.

- Pesquisa documental, para conhecimento da cultura e culinária japonesa em documentos sobre a cultura japonesa em Brasília.

Neste estágio, as técnicas de pesquisa utilizadas são: a observação *in loco* e a entrevista. Para Paulescu & Muniz (2003, p.25),

o observador deve ser imparcial quanto aos dados coletados, estando atento aos acontecimentos, ter conhecimento sobre o tema como a curiosidade, paciência e persistência, visto que em uma pesquisa científica nem sempre as coisas saem com esperado.

Outro fator que deve ser respeitado são as atitudes éticas quanto às observações que foram divulgadas.

A pesquisa bibliográfica consiste no exame do conjunto de livros escritos sobre o assunto proposto e de documentos, para que deslumbre a eficiência e a eficácia do trabalho ora apresentado. Sendo assim, utilizou-se o levantamento de documentos existentes sobre a cultura japonesa e a culinária em restaurantes de Brasília.

As demais técnicas de pesquisa utilizadas para coletar os dados e informações foram a entrevista e a análise documental (GOODE, 1977, p. 180).

O universo da pesquisa foi composto por 02 restaurantes: o China in Box e o Nippon na região do Plano Piloto e Brasília, onde 08 clientes de cada restaurante responderam a entrevista (APÊNDICE A).

Os dados foram analisados e tabulados para a discussão deste estudo, e apresentados conforme interpretação da autora.

Desde meados da década de 70, a culinária japonesa extrapolou o reduto da comunidade nipo-brasileira e foi adotada pela sociedade inteira (NAGAYAMA, 1993). Para historiar essa trajetória retrata-se autores japoneses e artigos a fim de buscar informações complementares e indicações que considera-se importantes para continuidade dos hábitos saudáveis apregoados pela culinária japonesa.

No primeiro capítulo deste trabalho trata-se de abordar a temática pretendida que é o turismo cultural e a gastronomia, destacando a ênfase dos conceitos e interligando os aspectos do uso e costume japonês.

No segundo capítulo, com um breve histórico, situa-se a imigração japonesa, denotando a culinária japonesa na ênfase do turismo cultural que pode propiciar frutos benéficos para Brasília.

No terceiro capítulo, por meio da pesquisa qualitativa apresenta-se os dados e discussão da análise obtida, para finalmente chegar à consideração de que o turismo cultural é de suma importância para a sociedade e para as cidades na área econômica, pois, beneficia desempregados e valoriza a cultura de outros países.

CAPÍTULO I - TURISMO CULTURAL E GASTRONOMIA

A Gastronomia segundo dispõem autores, tais como Schlüter (2003), Nagayama (1993) e Sato (s/d), é uma das manifestações culturais mais expressivas é um grande pólo de atração de fluxos turísticos e constitui um dos eixos do turismo cultural, além de viabilizar e universalizar a troca humana e o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos. É dentro desta contextualização que em Brasília esses aspectos podem ser destacados para que o turismo possa ser adotado como um projeto inovador.

1.1. Turismo

O turismo é uma das atividades sócio econômicas de maior importância em vários países do mundo. As estimativas atuais são de que o turismo gera uma receita anual de US\$ 3,4 trilhões, ou seja, 10,9% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial (WEARING e NEIL, 2001).

Esse crescimento tem implicações significativas para os países em desenvolvimento. Atualmente, as receitas obtidas pelo turismo representam mais de 10% da receita total em 47 países em desenvolvimento e mais de 50% do valor auferido com exportações em 17 países (WEARING e NEIL, 2001).

Por essas razões o turismo é muito valorizado em diversos países e, muitas vezes, desempenha um papel importante nas estratégias de desenvolvimento. O turismo é promovido, e os seus representantes são respeitados pelos governos devido ao seu significativo potencial de sustentar o câmbio e os empregos locais.

Este crescente fluxo turístico torna a adoção de ferramentas de preparação e controle da atividade nos pólos receptores de forma a maximizar os pontos positivos que a atividade irá gerar na localidade e ao mesmo tempo minimizar os impactos negativos que esta atividade normalmente provoca na população autóctone (MOREIRA, 1994).

Segundo Schlüter (2003), a gastronomia faz parte da nova demanda, por parte dos turistas, de elementos culturais. O desenvolvimento do turismo cultural é

promovido devido à sua capacidade de gerar receita e empregos no lugar em que se desenvolve.

O turismo é uma atividade que, se bem planejada e desenvolvida, pode trazer benefícios às populações locais, como, oportunidade de diversificação e consolidação econômica, geração de empregos, conservação ambiental, valorização da cultura, conservação e/ou recuperação do patrimônio histórico, recuperação da auto-estima, entre outros (WWF, 2003).

O turismo não é um fenômeno novo, muitas civilizações anteriores ao século XIX o conheceram: residências secundárias nos subúrbios de Atenas; entre os Romanos, as termas reuniam as classes privilegiadas, como as de Pompéia, S. Rafael, Hyères ou Miróbriga. Tal como hoje, estas formas de vida, que afetaram apenas uma pequena elite, desenvolveram-se num mundo enriquecido e politicamente estável: correspondem ao supérfluo que a mais pequena crise põe em jogo (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1997). As invasões bárbaras e a queda do Império Romano causaram a estagnação nas aglomerações de recreio dos Romanos. O movimento reaparece na Idade Média, mas com feição e motivos diferentes: o culto dos lugares sagrados, as peregrinações e as romarias, as termas como locais de cura. Meca, Jerusalém, Roma, Santiago de Compostela e Braga se tornaram locais de visita (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1997).

Com o descobrimento destas cidades, os horizontes se ampliaram, generalizou-se o interesse e a paixão por regiões diferentes e populações exóticas. Formaram-se grandes impérios coloniais, organiza-se o comércio e, apoiada pela circulação e acumulação de dinheiro, de matérias primas e pela criação de novos mercados, inicia-se, no século XVIII, a Revolução Industrial, seguida de importante movimento de proletarização e de crescimento urbano (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1997).

É dentro de um contexto de desejo/necessidade de evasão e satisfação da curiosidade que se difunde o gosto pelas viagens, base do turismo moderno.

Fenômeno de massa, o turismo é reflexo de uma sociedade que, às motivações mais profundas, conseguiu adicionar as possibilidades econômicas e de torná-las realidade, passando desta forma, de uma fruição dos espaços exteriores através de interposta pessoa, a um desfrute *in loco*, gerador só por si de gigantescos fluxos humanos e financeiros (PIRES, 2001).

É difícil encontrar uma definição para turismo sendo a de MICHAUD (1983 apud MOREIRA 1994, p.75) a mais apropriada a este estudo, assim,

O turismo agrupa o conjunto de atividades de produção e de consumo motivadas pelas deslocações de pelo menos uma noite fora do domicílio habitual, e sendo o motivo da viagem tanto o agrado, os negócios, a saúde ou a participação numa reunião profissional, social, desportiva ou religiosa.

A atividade turística assume na sociedade contemporânea, uma importância econômica fundamental. Tanto na área local ou regional, como à escala nacional e, mesmo, mundial, o turismo desempenha um importante papel enquanto gerador de riqueza e enquanto fenómeno capaz de contribuir para o desenvolvimento de economias deprimidas, nomeadamente, através do aproveitamento de recursos endógenos (MOREIRA, 1994).

A importância econômica das atividades turísticas impõe que o território seja cada vez mais utilizado e mesmo consumido, pondo em causa não só os valores, tanto da natureza e da cultura, como também o desenvolvimento harmónico de populações e território.

O turismo é um fator de mudança em todas as comunidades, dependendo os seus efeitos, por um lado, do grau de autonomia, originalidade e sedimentação das culturas visitadas bem como do tipo de oferta e, por outro, das características das populações visitantes (PIRES, 2001).

A prosperidade do turismo na atualidade está ligada ao desenvolvimento socioeconómico e cultural das sociedades, dependendo do regime de férias e ao repouso criativo, bem como da liberdade de viajar, num quadro de fruição do ócio e do tempo livre, caracteristicamente moderno (WAINBERG, 2001). O turismo é, assim, um cobijado bem de consumo universal em que a cultura deve ser prestigiada.

1.2. Turismo Cultural

Segundo Santos (2007), a prática do indivíduo deslocar-se de um local para outro motivado pela vontade e necessidade de enriquecimento cultural já existia em sociedades passadas, como por exemplo na Inglaterra, após a Idade Média:

Realizar essas viagens conferia para os que se aventuravam status e reconhecimento, uma vez que, tendo viajado por cerca de aproximadamente 3 anos (tempo de duração do chamado *Grand Tour*), esses nobres adquiriam conhecimentos sobre lugares por onde haviam passado e seus respectivos povos, que os tornavam, após a viagem, aptos para assumir importantes papéis em seu local de origem (SANTOS, 2007).

A pesquisadora esclarece que, embora esse tipo de deslocamento não fosse denominado “turismo”, já renunciava o que viria a se tornar um fenômeno recente. Hoje chamamos de turismo cultural esse tipo específico de viagem, intimamente associado à educação patrimonial. No entanto, ainda existe um caminho a ser percorrido:

A capacidade de “ensinar” ao viajante, traduzindo e esclarecendo informações relacionadas com a história do lugar, fazendo com que o patrimônio deixe de ser objeto de mera contemplação e passe a ser um meio de conhecer sua própria cultura e identidade, é o desafio de parte dos profissionais que trabalham com o turismo (SANTOS, 2007).

É certo que o conceito de cultura é amplo, entretanto ao se falar de Turismo Cultural, este obtém uma conotação restritiva. O termo Turismo Cultural, segundo Andrade (1999, p.67) designa uma modalidade de turismo cuja motivação do deslocamento se dá, com o objetivo de encontros artísticos, científicos, de formação e de informação.

O Turismo Cultural se caracteriza por uma permanência prolongada e um contato mais “íntimo” com a comunidade, ocorrendo viagens menores e suplementares dentro da mesma localidade com o intuito de aprofundar-se na experiência cultural.

Segundo Andrade (1999, p. 56), os alicerces do turismo cultural: “situam-se no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas manifestações”.

Torna-se interessante observar que este segmento turístico se constitui fundamentalmente pelo comportamento, preparação e foco do turista e não do patrimônio da localidade. Para Meneses (2004, p. 102), o turismo cultural “deve comungar de espaços fronteiriços e de interdisciplinaridade no atendimento de uma demanda por consumo de serviços e produtos que configuram bens culturais a serem apreendidos, documentados, preservados e comunicados”.

Segundo Brito (2002, p. 34), o turismo cultural é:

motivado pela busca do conhecimento, é o turismo científico de estudos e pesquisas realizando cursos, congressos, fóruns e seminários culturais em diferentes cidades, como também pela realização de viagens em locais históricos, de forte atração cultural.

O Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

O turismo cultural é atípico, pois acontece de maneira diversa dos demais tipos de turismo, que geralmente se caracterizam pela permanência e atividades que traduzem lazer, repouso e descompromisso.

As características básicas ou fundamentais do turismo cultural não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, cujos alicerces se situam na disposição e no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas manifestações, como: representações religiosas, rotas e roteiros, festivais de música, cinema e teatro, manifestações populares, lendas, exposições de arte, entre outras (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

Na delimitação conceitual do turismo cultural, o termo cultura é natural, puro e amplo, pois abrange tanto a cultura própria do turista como o conjunto de hábitos, idéias e criações que ele pode assimilar ou não, em seu contato com novas realidades e convivências diferentes (PIRES, 2001).

Enquanto produtor e consumidor do espaço, o turismo pode 'mercantilizar' as culturas locais, tornando-as objeto de consumo, causando dessa forma danos irreversíveis à identidade da comunidade anfitriã. Daí a importância de se criar uma harmonia entre as atitudes dos turistas e o comportamento da população local (HAZIN; OLIVEIRA e MEDEIROS, 2000).

E o que se entende por cultura? Trabalhos que abordam este tema recorrem a diversas concepções para melhor compreender a relação entre a atividade turística e as manifestações culturais dos autóctones. Figueiredo (1999, p. 213), por exemplo, retrata que "cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido".

Cultura pode ser entendida, ainda, como "o complexo unitário que inclui o conhecimento, a crença, a arte, a moral, as leis e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade". Esta é apenas uma

das definições, elaborada quando a Antropologia iniciava um caminho em busca da cientificação da cultura enquanto objeto de estudo (TAYLOR apud GONÇALVES, 1998, p. 87).

Para Amaral e Vila Nova (1993, p.187),

A cultura, enquanto um processo de transmissão de significados, valores, conhecimentos, crenças e atitudes, é usada em diferentes sociedades para a manutenção e a transmissão de poder dentro de determinados grupos e categorias sociais, assim como para segregar tais grupos do resto da sociedade, de modo a reter o conhecimento nas mãos de uns poucos.

Os autores (1993) concluem a análise enfocando a questão da mutabilidade da cultura e, por conseguinte, do modo de vida das pessoas: maneiras de conviver, de pensar e de organizar a sociedade.

Essa dinamicidade é apresentada por meio do conceito:

A cultura não é, em nenhum momento, uma entidade acabada, mas sim uma linguagem permanentemente acionada e modificada por pessoas que não só desempenham 'papéis' específicos, mas que têm experiências existenciais particulares (LAGO apud VELHO, 1996, p.17).

Segundo Gastal (2001) é preciso que a cultura deixe de ser apresentada exclusivamente do ponto de vista do lugar, do sedentário, como algo acabado, como produto a ser assimilado / consumido.

Cultura é um insumo turístico importante, mas é aquela cultura viva, praticada pela comunidade em seu cotidiano. Não é um espetáculo, que inicia quando o ônibus dos visitantes chega, mas uma atividade que a comunidade exerce rotineiramente. Quando os visitantes chegarem, eles serão bem vindos e convidados a juntos dançar, cantar, saborear o pão, aplaudir o artista (GASTAL, 2001, p.129).

As pequenas localidades, povoados, vilas são invadidos e o seu cotidiano é moldado, muitas vezes, pela chegada dos viajantes com seus hábitos, costumes e tradições. O crescimento do turismo tem agredido, em variados graus, os recursos naturais, culturais e sociais das regiões receptoras. Segundo Payés (1999, p. 131), tal fato acontece uma vez que essa atividade segue a mesma lógica do mercado capitalista, ou seja, "o mercado turístico guia-se pela valorização patrimonial, pela busca da maior rentabilidade no menor prazo possível, deixando em regra, em segundo plano, qualquer preocupação com a preservação dos recursos ambientais".

A massificação do turismo contribui para a divulgação de estereótipos que tentam representar a riqueza cultural de cada região e de cada povo escolhido como destino turístico. Alternativa que pode fazer desaparecer, com o tempo, características essenciais de uma comunidade, na medida em que os anfitriões, para atender à demanda turística, vão, pouco a pouco, adequando o seu cotidiano às necessidades dos grupos visitantes, a ponto de perder seus referenciais. E assim, procurando satisfazer o cliente, deixam de lado as suas próprias necessidades ou desejos simbólicos.

Entretanto, a realidade pode ser outra. A subordinação do anfitrião à cultura e gostos dos visitantes não é regra geral. Quando há planejamento adequado e participação da comunidade local durante o processo de preparação de uma região para o desenvolvimento de atividades turísticas, o resultado final pode ser positivo. Os efeitos socioculturais sobre as pessoas residentes na área podem se manifestar, entre outros aspectos, em melhores condições de vida e enriquecimento cultural.

A cultura passará a ser veículo de socialização entre visitantes e visitados, quando ela for um processo vivo de um fazer de uma determinada comunidade (GASTAL, 2001, p.127).

Os locais de turismo, por sua vez, criam possibilidades para a revitalização da identidade cultural, da preservação dos bens culturais e das mais ricas tradições. Em suma, as atividades turísticas geram mecanismos de sustentabilidade e espaços propícios às expressões culturais.

Chiozzini (2007), acrescenta que o turismo cultural é uma via de valorização do patrimônio:

Além de proporcionar o conhecimento e o respeito ao patrimônio, já que só preservamos aquilo que conhecemos, cria-se a possibilidade de uma sustentabilidade econômica para preservação dos bens em questão, por meio de taxas pagas pelos turistas visitantes.

A autora Campos (2007) afirma ainda que o terceiro lugar atingido pelo turismo cultural na pesquisa encomendada pelo Ministério do Turismo revela que esse segmento apresenta um grande potencial de crescimento, pois existe uma demanda concreta, mesmo considerando as carências existentes.

1.3. Gastronomia

Para Savarin (1989), gastronomia é o conhecimento racional de tudo o que diz respeito ao homem, e deste quando se alimenta. Ou seja, é um ramo que abrange a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e, em geral, todos os aspectos culturais a ele associados (SAVARIN, 1989).

Por essas razões, a gastronomia tem um foro mais alargado que a culinária, que se ocupa mais especificamente com as técnicas de confecção dos alimentos.

O primeiro tratado sobre gastronomia foi escrito por Jean Anthelme Brillat-Savarin, um gastrônomo francês que, em 1825 publicou a “Fisiologia do Paladar”, cujo título completo em francês é *Physiologie du Goût, ou Méditations de Gastronomie Transcendante; ouvrage théorique, historique et à l'ordre du jour, dédié aux Gastronomes parisiens, par un Professeur, membre de plusieurs sociétés littéraires et savantes* (ENCICLOPÉDIA TIO SAM, 2007).

No entanto, não se deve confundir esta ciência com a nutrição ou a dietética, que estudam os alimentos do ponto de vista da saúde e da medicina, uma vez que a gastronomia é estritamente relacionada ao aspecto comercial (relacionado à preparação de comida em restaurantes) e cultural (em se tratando do respeito ao estudo desta ciência) (SAVARIN, 1989).

Escrever sobre a gastronomia de um país grande como o Brasil é difícil pelas diferenças entre as regiões.

Desde o descobrimento do Brasil, em 1500, até os dias de hoje, muitos povos que se vieram para o país, trouxeram suas crenças, culturas e hábitos, que de certa forma misturaram com a cultura brasileira. Desse modo, cada imigrante que veio para o nosso país trouxe sua preferência alimentar.

A Europa teve sua participação nesta cultura alimentar em várias cidades brasileiras. Portugal teve a sua participação quando Pedro Álvares Cabral descobriu o Brasil, ou seja, em uma de suas navegações eles trouxeram de regiões do Oriente, como da Índia, os condimentos (substância aromática, que realça o sabor dos alimentos, tempero), e que começou a ser usado pelos índios, localizados na cidade de Porto Seguro, na Bahia. Trouxeram também presunto, vinho, pão, açúcar, dentre outros.

A participação espanhola e portuguesa se confunde na sua semelhança, pois os dois países tiveram influência dos árabes.

Entre 1860 e 1890 desembarcaram 974 mil italianos no Brasil e também trouxeram um gosto especial pelas massas com farinha de trigo, com os molhos densos e condimentados. Ninguém conseguiu mudar a alimentação italiana que participa da gastronomia brasileira (ENCICLOPÉDIA BARSÁ, 1997).

Toda culinária nacional é formada por cozinhas regionais. No Brasil as influências foram muitas. A partir delas apareceram adaptações e variações. Como a cozinha sertaneja, nordestina, caipira, tropeira, mineira, gaúcha, da fazenda e outras. Hoje se tem uma nova era de pesquisa devido à atenção sobre a origem dos pratos, aos ingredientes e a evolução das receitas.

Com relação à comida japonesa, objeto deste estudo, é admirada no mundo devido a prioridade na apresentação dos pratos, e na simplicidade de preparo dos alimentos, e por conseguir combinar sabores e textura. Usa pouco tempero e tudo deve ser feito na hora, utilizando-se somente alimentos resfriados e não congelados (OKAMOTO, 2002).

Enfim, alimentar-se não é só uma necessidade física, mas é também uma atitude prazerosa. Nesta questão, se percebe que a gastronomia auxilia a ênfase turística, em que o prazer está também presente no lazer.

Sendo assim, entende-se que a gastronomia é uma arte das mais antigas e sua principal matéria prima são os alimentos, pois é um ato que se utiliza de todos os sentidos. Ela está cada vez mais apurada, pois o consumidor está também cada vez mais exigente, com um paladar mais apurado e querendo conhecer o sabor dos alimentos e seu visual mais aprimorado, tendo assim um prazer maior na arte de comer bem.

A alimentação é uma necessidade fisiológica do ser humano, e colocada nos eventos, seja um *coffee break*, café da manhã, almoço ou jantar, vem satisfazer essa necessidade, e sendo assim, deve possuir uma atenção especial, já que a maioria dos eventos não existe sem um serviço de alimentos e bebidas.

Com a evolução da gastronomia e a criatividade dos grandes chefes, é possível inovar cada vez mais nesta área, saindo da mesmice atual e oferecendo aos clientes verdadeiras viagens através de sabores, que tornarão o momento inesquecível com alimentos personalizados em formas e cores diferentes.

1.4. Gastronomia e Turismo

A gastronomia vem tomando lugar de destaque dentro do setor turístico, uma vez que não apenas oferece alternativas de lazer e entretenimento, como também se beneficia do fluxo turístico que se cria em torno de roteiros e destinos. Além disso, a culinária passou a ser tratada como patrimônio cultural e, portanto, capaz de vincular-se a imagens de um país, região ou grupo como mostram os exemplos da França e Itália (GLOBO, 1993).

Cabe à gastronomia difundir a culinária e valorizar sua identidade cultural. Ademais, essa atividade tem participação expressiva na economia nacional. Em 2002, o setor representou mais de 2% da economia brasileira, considerando, ainda, o fato de ser um poderoso meio de agregar outros setores da escala produtiva (CHIOZZINI, 2007).

Para Schlüter (2002) devido ao fato de que a gastronomia raras vezes seja o agente motivador principal de um deslocamento turístico, recorre-se geralmente à criação de rotas temáticas e culturais que permitem integrar em um produto os elementos que individualmente não atraem interesse suficiente ou contam com certas dificuldades de promoção ou comercialização, tornando possível um produto final de maior valor que a soma das partes e incrementando assim seus benefícios econômicos e sociais.

Um povo se define antes e tudo pela sua cultura, e a gastronomia é um dos aspectos culturais de um povo. A gastronomia, assim como a viagem, é um inimigo da rotina. É curiosa e tem um senso universal. Não fosse a curiosidade e uma necessidade básica nossa de experimentar, degustar, provar, descobrir, agregado à capacidade de nossos cinco sentidos, não teríamos hoje a riqueza e a arte da boa mesa. Uma viagem através deste universo é a satisfação de uma de nossas necessidades mais importantes a de ter qualidade de vida, de saciar nossas vontades e desejos (GLOBO, 1993).

Na era pré-histórica, o homem se alimentava de pequenas raízes e frutos, até perceber a necessidade de se defender de grandes feras. Para isso, criou armas capazes de defendê-los e uma vez matando seu inimigo, o provavam. Do Egito, passando pelo Império Romano até a época da renascença, a importância e progresso das refeições foram se transformando e se refinando e hoje, a gastronomia é parte da herança cultural (NAGAYAMA, 1993).

A principal preocupação da arte de cozinhar é proporcionar o máximo de prazer a quem come. Além disso, o ato de comer tem um sentido simbólico para o homem. Toda cozinha tem a marca do passado, da história, da sociedade, do povo e da nação à qual pertence. Cozinhar é uma ação cultural que nos liga sempre ao que fomos, somos e seremos e, também, com o que produzimos, cremos, projetamos e sonhamos.

Ao associar turismo cultural e gastronomia pode-se perceber que estas duas “atividades” correm lado a lado, transportando o visitante de descoberta em descoberta. O Turismo Gastronômico está diretamente ligado ao prazer e à sensação de saciedade adquirida através da comida e da viagem. Algumas regiões aproveitam-se de sua cultura, história e tradições e se divulgam através da gastronomia, lançando um produto turístico distinto que também é parte integrante do turismo cultural como os roteiros gastronômicos (SCHULDER, 2000).

CAPÍTULO II - IMIGRAÇÃO E CULINÁRIA JAPONESA: ENFASE TURÍSTICA

2.1. Os Imigrantes Japoneses no Brasil

Segundo Sakurai (2002), foram cerca de 250.000 os imigrantes japoneses que chegaram ao Brasil de 1908 até o final da década de 1970, na sua grande maioria eram agricultores. E se percebe que as marcas deixadas por esses imigrantes e seus descendentes no panorama sócio-econômico e cultural do Brasil ao longo de quase um século, são inúmeras. Participaram efetivamente das mudanças que o país experimentou durante o século XX.

No início, acompanharam a marcha do café em direção às zonas pioneiras do Estado de São Paulo, que logo foi substituído por outras culturas em decorrência das crises de produção, sobretudo depois de 1929 (BEZERRA, 2007). Produtos praticamente desconhecidos no Brasil como os casulos de bicho da seda e o chá preto, são introduzidos pelos imigrantes japoneses em regiões onde o preço da terra era baixo e havia a possibilidade de se praticar uma agricultura baseada na média e pequena propriedade (BEZERRA, 2007). Nelas também se cultivava o algodão, conhecido como o 'ouro branco', assim como a batata, o arroz, a banana, o amendoim, além de verduras e legumes. As maiores concentrações de japoneses ocorreram nas regiões norte, oeste e central do Estado de São Paulo, dirigindo-se depois para o norte do Paraná e Mato Grosso do Sul (SAKURAI, 2002).

Após a chegada e instalação dos primeiros imigrantes da nação asiática, estes viveram alguns anos de relativa estabilidade. Período que foi encerrado com a Segunda Guerra Mundial, quando japoneses e seus descendentes foram duramente perseguidos em virtude da aliança do Japão com a Alemanha e a Itália (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1997).

Em 1913, foi instalada a primeira colônia planejada para proprietários autônomos japoneses. A maioria das colônias foi constituída nos anos vinte, com a ajuda do Japão (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1997).

No Distrito Federal, são 8 mil descendentes de japoneses que segundo Bezerra (2007, p. 34) retratam que há 50 anos existe presença nipônica em terras candangas.

Antes da inauguração da nova capital, imigrantes japoneses deixaram seus lares e se juntaram a centenas de brasileiros em busca de um sonho no Planalto Central. Entre os diversos sotaques que se ouviam nos canteiros de obras de Brasília, também ecoava o idioma japonês. Registros e documentos de famílias nipônicas indicam que o primeiro imigrante do Japão chegou ao Distrito Federal em 1956 (BEZERRA, 2007).

Sendo assim, ainda hoje, descendentes de japoneses vivem nos mesmos lugares onde seus pais e avós começaram a produzir frutas, horticultura, hortaliças e granjas, tais como: Riacho Fundo e Vargem Bonita, distritos próximos à Brasília.

2.2. Culinária Japonesa

A alimentação não é somente um ato biológico, mas é também um ato social e cultural. Ela possui um significado simbólico para cada sociedade, para cada cultura. É fator de diferenciação cultural, uma vez que a identidade é comunicada pelas pessoas também através do alimento, que reflete as preferências, as aversões, identificações e discriminações.

Através do viés da alimentação, é possível visualizar e sentir tradições que não são ditas. A alimentação é também memória, opera muito fortemente no imaginário de cada pessoa, e está associada aos sentidos: odor, a visão, o sabor e até a audição. Destaca as diferenças, as semelhanças, as crenças e a classe social a que se pertence, por carregar as marcas da cultura (OKAMOTO, 2001).

As culturas brasileira e japonesa possuem muitas diferenças, por exemplo, na decoração dos pratos, refletindo no comportamento e nos valores enraizados em cada lado. A falta de conhecimento sobre a cultura japonesa faz com que muitos brasileiros tenham problemas na hora de se alimentar, tais como, com o uso do Hashi (ANEXO A). Com a assimilação de alguns aspectos (saúde melhor com a alimentação saudável), fica mais fácil haver compreensão nesse relacionamento.

A culinária japonesa destaca-se onde a estética é indispensável, as preparações são rigorosamente coloridas, combinações que variam do branco, predominante do arroz, ao vermelho de algumas conservas, passando pelo amarelo,

verde, preto e marrom, com formas diferentes, onde se alternam alimentos cozidos com alimentos crus (OKAMOTO, 2002).

Os gostos variam e misturam sabores doces, ácidos, salgados e amargos. Tudo com a finalidade de despertar todos os sentidos, não só o paladar. Os produtos ligados à mesa vão desde lascas de peixe seco, tão importantes no caldo básico das sopas, até apetrechos para moldar rapidamente os bolinhos de arroz dos *sushis* (GLOBO, 1993).

Há segundo Tazawa (1989, p.74) dois reflexos da cultura japonesa: a cerimônia do chá e o arranjo floral. O chá foi introduzido no Japão no Período Kamakura, no século VIII, por monges budistas como uma bebida medicinal. A cerimônia do chá que desenvolveu-se ao seu redor, todavia, é algo singular ao Japão.

Antes de fazer sucesso e ter um número tão expressivo quanto o de churrascarias e pizzarias na cidade de São Paulo, contabilizados em 2003, os restaurantes japoneses percorreram uma longa, sinuosa e interessante trajetória (NIPPON, 2007). Num primeiro momento, não eram sequer restaurantes, apenas caracterizavam-se como refeitórios anexos a pensões para atender os primeiros imigrantes que tinham saudade da comida da terra natal. No ano de 1910 começaram a se profissionalizar. Ainda assim, esses estabelecimentos foram vistos com desconfiança pela clientela ocidental ao longo de décadas.

No período posterior ao término da Segunda Guerra Mundial, uma nova leva de imigrantes trouxe consigo profissionais que introduziram nas cidades o hábito do *sushi-bar*. Demoraria até o final dos anos 80 para que o pescado cru, seja na forma apenas de fatias, seja na forma de lâminas sobre bolinhos de arroz, conquistasse um número maior de adeptos (OKAMOTO, 2002). O primeiro grupo de *sushimen* - formado por alguns grandes mestres, entre os quais destaca-se Takatomo Hachinohe -, teve o importante papel de educar o paladar dos ocidentais. Num avanço lento a princípio, romperam os limites do Bairro da Liberdade e, em seguida, o eixo Liberdade-Avenida Paulista na cidade de São Paulo. Espalharam-se por toda a capital. Conquistaram bairros badalados, instalando-se do circuito Vila Madalena-Itaim Bibi-Vila Olímpia. Na fase mais recente, no interior dos novos endereços germinaram jovens criadores que propõem um Japão sem fronteiras dentro dos limites da cozinha (OKAMOTO, 2002).

A cerimônia do chá, segundo Globo (1993, p.13) – o *chanoyu* – é um ritual que ultrapassa sete séculos de história. Nela, os convidados usam vestes especiais, louças antigas e raras, e cumprem vários procedimentos (cumprimentos, espera, saudações) que sugerem paz e despojamento. É servida uma refeição leve e delicada, que antecede o momento de servir o chá.

Essa cerimônia simboliza tudo o que na cozinha japonesa se opõe ao modo de comer, apressado e desatento, representado, nos tempos atuais, pelo *fast-food*. Os pratos e ingredientes japoneses são plenos de significados simbólicos, não somente nutritivos. Um simples fio de macarrão, por exemplo, pode representar a continuidade da vida, a prosperidade de uma família (GLOBO, 1993).

Também do ponto de vista culinário, os ingredientes são respeitosamente manipulados, preservando sua individualidade, resguardada por temperos normalmente sutis. O resultado surpreende pela bela apresentação e pela leveza que alivia os cansados paladares ocidentais. São pratos que tem sido exemplos de delicadeza do povo japonês. É, ainda, uma prova de que a comida pode não somente sustentar o corpo e emocionar o paladar, mas também alimentar o espírito. A cultura japonesa pode auxiliar o turismo em Brasília pela delicadeza de seus pratos que surpreende e encanta as demais culturas com seus sabores variados.

Os imigrantes japoneses que vieram para Brasília trouxeram consigo seus costumes alimentícios, por se constituírem de valores arraigados, e por isso, difíceis de serem abandonados, reforçando assim, o sentido de pertencerem ao lugar deixado. À medida que as culturas tornam-se mais expostas às influências externas, fica mais difícil conservar as identidades culturais intactas, ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através da inevitável infiltração cultural local. Faz-se necessário preservar as culturas que constituem a base da identidade de uma sociedade (BEZERRA, 2007).

As muitas memórias preservadas por estes grupos étnicos que se fixaram em Brasília, despertam no visitante da mesma origem, um certo orgulho de pertencer também a estas etnias, uma vez que este contato desperta para valores, que estavam em muitos, adormecidos.

A presença do turismo, nestes casos, funciona como fator de preservação à medida que oferece para visitação o ambiente da cultura japonesa dos que aqui chegaram. Brasília por ser uma cidade que agrega várias culturas, em nome do progresso ignora muitas vezes seus monumentos, documentos vivos que poderiam

representar sua história.

A culinária tradicional japonesa consiste em pratos preparados de arroz, sopa de *misso* (pasta de soja), peixe ou carne acompanhados de *tsukemono* (picles). Os temperos mais comuns na cozinha japonesa são o *shoyu* (molho de soja), o *wasabi* (raiz forte), o *misso* (pasta de soja), o *karashi* (mostarda), *mirin* e *sake* (bebida alcoólica a base de arroz) e *dashi* (caldo de peixe ou carne).

Pelo fato do Japão ser um país formado por ilhas, os japoneses criaram o hábito de utilizar o mar como fonte de alimento de onde retiram diversos tipos de peixes, moluscos e algas marinhas. O peixe é muito apreciado na culinária japonesa e consiste em uma importante fonte de nutrição. Ele é o ingrediente fundamental no preparo de pratos típicos como o *sashimi* (peixe cru) e o *sushi* – (Figura 01) - (pequenos bocados de arroz temperados com vinagre cobertos com fatias de peixe cru) (GLOBO, 1993).

Figura 01 - Sushi



Fonte: Okamoto, 2002.

A carne foi introduzida no Japão no século XIX, até então não fazia parte da dieta tradicional japonesa. Foram criados novos pratos utilizando carne bovina, suína e de frango. Atualmente, o *yakitori* (espetinhos de frango grelhado) é muito popular, assim como o *sukiyaki* que consiste em finas fatias de carne preparadas junto com verduras e *tofu* (queijo de soja) (OKAMOTO, 2002).

Apesar do macarrão ser originário da China, tornou-se muito popular no Japão. Existem vários tipos de macarrão (Figura 02), e dentre as variedades mais consumidas estão o *soba* (macarrão de trigo sarraceno), o *udon* e *somen* (macarrão de trigo). O *lamen*, um dos pratos mais populares no Japão, é preparado com caldo e servido com vegetais e fatias de carne, também é possível preparar o famoso *yakissoba* (macarrão frito) com o mesmo tipo de macarrão (OKAMOTO, 2002).

Figura 02 – Pratos Japoneses



Fonte: Okamoto, 2002.

A bebida predileta dos japoneses é o chá verde, que é servido durante as refeições ou em reunião de pessoas da mesma forma que o "cafezinho" no Brasil. Pode-se dizer que o chá verde está para o japonês, assim como o "cafezinho" está para o brasileiro.

Outras bebidas populares no Japão são, o chá preto, o saquê (vinho de arroz), o *shochu* (aguardente de arroz) e *umeshu* (licor de ameixa) (OKAMOTO, 2001).

Sendo assim, é perceptível a variedade da culinária japonesa tanto em suas cores, como também nos sabores, e estas, juntamente com as bebidas típicas, podem ser considerados verdadeiros atrativos turísticos culturais.

CAPÍTULO III – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Este capítulo traz a abordagem de que a culinária japonesa e a contribuição dos imigrantes japoneses para o turismo em Brasília são temas importantes para o seu crescimento.

A gastronomia é um importante pilar para o desenvolvimento do segmento de turismo. A cidade se rendeu à culinária japonesa, e o restaurante China in Box e Sushi San demonstram esta ênfase em que 100% dos respondentes, moradores de Brasília, destacam que a motivação da visita ao restaurante se deve pela fidelidade do local à origem oriental, presente não somente na comida, mas também no ambiente físico. Dentro do espaço, luminárias, aquários, vasos e tatames completam a decoração no Sushi San. O China in Box, não tem uma decoração específica, pois é mais uma tele-entrega. Porém tem um espaço que como os demais restaurantes. Deve-se sempre levar em consideração que seja qual for o destino, o indivíduo não pode prescindir da alimentação, muitas vezes experimentando a cozinha do lugar, mesmo que esta represente cultura de outros países.

A Gastronomia e o Turismo são indissociáveis uma vez que se torna impossível pensar em turismo, sem prever a alimentação para curta ou longa permanência. Na divulgação da cultura japonesa em Brasília: No entanto, 60% dos respondentes destacam que não há propaganda e/ou divulgação da cultura japonesa em Brasília, fator este prejudicial à ênfase turística. E 40% da pesquisa falaram que são razoáveis, pois tem uma divulgação só que não em papel, mas sim em boca-a-boca entre amigos e familiares dentre outros.

Em uma análise mais detalhada, observa-se que nenhum respondente considera ótima a divulgação da cultura japonesa em Brasília, ou seja, ela é falha. Prejudicando o que deveria ser mais consistente. Deveria haver uma divulgação das cozinhas étnicas, em que não só se destacaria a cultura japonesa, mas também outras culturas em que o turismo seria ressaltado. Por Brasília ser capital do país e assim transparecer um olhar político, a diversidade cultural existente na cidade muitas vezes não é divulgada e aproveitada pela atividade turística.

A gastronomia, além de ser um patrimônio cultural do lugar, oferece postos de trabalho e melhor remuneração dentre as atividades relacionadas com o Turismo. Além do mais, 90% dos respondentes consideram que os restaurantes superaram

as expectativas, o diferencial é o atendimento, a boa culinária e ambiente físico caracterizado. E 10% responderam consideram razoável esses fatores razoável.

Percebe-se nas respostas que 60% consideram a comida aprovada, ou seja, o paladar da comida satisfaz as expectativas. A afirmação de que já eram conhecedores desta cultura, não por divulgação, mas por amigos, foi demonstrada por 70% dos respondentes da questão referente ao conhecimento sobre o local.

A cozinha étnica oferece a oportunidade de provar os sabores, os pratos e recordam o país distante. Ao apropriarem-se destes locais, o turismo presta um serviço à geração atual, resgata uma memória que certamente se perderia no tempo.

Através do Turismo é oferecida a oportunidade para se sentar em um tatame, saborear peixe cru, tomar sopa nos dias frios, ouvindo canções típicas japonesas.

As experiências vividas em locais de diversão, também podem proporcionar lazer e cultura, perpetuam as memórias e também desperta o sentimento de “pertencimento” a uma etnia, principalmente através da gastronomia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos traçados inicialmente foram alcançados uma vez que se percebe a importância da divulgação dos usos e costumes de um povo para a ênfase turística, além disso, a curiosidade dos indivíduos aguçada, faz com que participem e se interessem pela de outrém.

A gastronomia sendo parte da cultura é um produto, ou mesmo um atrativo de uma determinada localidade, é interessante e importante do ponto de vista turístico, pois apresenta novas possibilidades. Na verdade, não tão novas, mas nem sempre bem exploradas, que são as diversas formas de turismo voltadas para as características gastronômicas de cada região.

O que se pode verificar é que essa (r)evolução é recente, sendo uma característica das sociedades urbanas, que foram modificando o espaço natural e se reconstruindo, ignorando com isso a evolução natural e passando a ter uma alimentação conveniente a seu espaço, sua cultura e principalmente à sua rotina. É possível notar que o ser humano tinha um tipo de alimentação em seus primórdios e essa foi evoluindo, ou modificando-se, de acordo com a própria evolução humana e do espaço em que está inserido, passando a ser um elemento simbólico e não apenas de subsistência.

Foi verificado que a gastronomia está ligada ao prazer, dessa forma, o homem sente curiosidade de conhecer novas culturas, sendo uma das formas para isso a alimentação típica dessas culturas, com isso saciando seu prazer.

Além disso, ao conhecer novas culturas, alimentos e sabores, o homem tem a necessidade que esse momento seja um evento especial, como se fosse um ritual de prazer, ou seja, o mesmo alimento, saboreado sozinho (sem outras pessoas), não teria o mesmo sabor, ou não proporcionaria o mesmo prazer. Isso mostra a importância dos rituais gastronômicos para o ser humano, visto que estes são novas descobertas.

Com a globalização, essas trocas de experiências ficaram mais fáceis, já é possível conhecer quaisquer alimentos, de todas as culturas, sem precisar conhecer às suas respectivas localidades, está quase tudo ao alcance da mão. Mas só conhecer os alimentos, sem conhecer o local e sua cultura, para muitos, não é o bastante, é a partir daí que o turismo gastronômico passa a ser um

diferencial e abre um grande leque de possibilidades.

As pessoas buscam novos conhecimentos, querem experimentar novos sabores, vivenciar outras culturas e a gastronomia pode ser o motivo principal, ou o inicial, para se conhecer determinado local. O que não falta são variações e novidades e o turismo possibilita essas descobertas, como, por exemplo, oferecer festas da origem japonesa, com vestuário apropriado, ambiente e outros.

Pode-se considerar assim, que a gastronomia é muito importante e relevante para o turismo e possibilita inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar esse nicho de mercado, direta ou indiretamente. Os exemplos citados mostram que a gastronomia como produto turístico é um importante motivador e mesmo quando não é o motivo e/ou elemento principal, sempre estará inserida no contexto e terá o seu papel de destaque num evento turístico, como uma viagem, passeio, feira, ou reuniões.

Nesse sentido, Brasília poderia utilizar a cultura japonesa para prover uma festa típica com culinária e alguns costumes orientais, além disso, não somente esta festa, mas as tradições já existentes poderiam ser divulgadas em *folders*, artigos ou periódicos em jornais e revistas e revistas do DF, que ensinassem e contassem um pouco da cultura gastronômica dos imigrantes japoneses.

Enfim, após estas considerações se percebe-se que o assunto não se esgota aqui e pode contribuir com trabalhos futuros, uma vez que Brasília poderia está desenvolvendo projetos e parcerias com restaurantes orientais para a divulgação da culinária e da cultura, criando roteiros gastronômicos para abranger de forma eficaz o turismo e a gastronomia. Nesse sentido, a gastronomia japonesa pode se inserir nesse contexto e se tornar mais um atrativo turístico para a cidade e ampliar a divulgação.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 6. ed. São Paulo: Atica, 1999.

AMARAL, Guanaira e VILA NOVA, Sebastião. Economia política do conhecimento – sua importância para o conceito de cultura. In: **Ciência & Trópico**, vol.21, n. 2, jul./dez. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1993.

BEZERRA, André. **Recanto japonês**. Jornal Correio Braziliense. Brasília, 11 de fevereiro, 2007.

BRASIL. **Dados do Ministério do Turismo**. Disponível em: <http://www.ministeriocultura.gov.br> Acesso em: abr./2007.

BRITO, Antão José Araújo. Apostila Empresas Turísticas I.

CHIOZZINI, Daniel. **Turismo cultural e educação patrimonial mais próximos**. Disponível em: <http://www.revista.iphan.gov.br/materia.php?id.47> Acesso em março de 2007.

ENCICLOPÉDIA BARSA. **Japão**. São Paulo: Brittanica, 1997.

FIGUEIREDO, Silvio Lima. Turismo e cultura: um estudo das modificações culturais no município de Soure em decorrência da exploração do turismo ecológico. In: **Turismo: impactos socioambientais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

GASTAL, Suzana. Turismo & Cultura: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Suzana (Org.) **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

GLOBO. **Cozinha japonesa**: as mais famosas receitas das nossas avós. São Paulo: Globo, 1993.

GOODE, William J. **Métodos de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Nacional, 1977.

GONÇALVES, Gisela. **Questionamento à volta de três noções: grande cultura, cultura popular e cultura de massas**. disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/goncalves-gisela-Questionamento.html> Acesso em: Abril de 2007.

HAZIN, Ana; OLIVEIRA, Cleide; MEDEIROS, Rejane. **Turismo e mão-de-obra: entre o real e o ideal**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco / Universidade Católica de Pernambuco, 2000.

KINA, Eiko. **A Cozinha Japonesa**.

MENESES, José Newton Coelho. **História & Turismo Cultural**. Belo Horizonte: Autentica, 2004.

MITA, Chiyoko. Bastos: **Uma comunidade étnica japonesa no Brasil**. São Paulo: USP- Universidade de São Paulo, 1986.

MOREIRA, Fernando. **O turismo em espaço rural**: Enquadramento e expressão geográfica no território português. Lisboa: Est. Geo.Hum.Regional, B8, CEG, 1994.

NAGAYAMA, Hisao. **Os segredos da tradicional culinária japonesa**. trad. Tsuno Takeomi. São Paulo: Aliança Cultural Brasil-Japão, 1993.

NIPPON. **Cultura japonesa**. Disponível em: <http://www.nippon.org.br> Acesso em: abril de 2007.

OKAMOTO, Masami e Buck, Christiane. **A Arte do Sushi**.

PAYÉS, Manuel A M. Turismo doméstico, progresso e qualidade de vida. **Revista de Estudos Universitários**. V.25, n.1, p.123-138, jun., Sofocaba, 1999.

PEDRON, Ademar. **Metodologia científica**: um guia de estudos. Brasília: ed. Do autor, 1997.

PEREIRA DE OLIVEIRA, J. M. O turismo segundo uma perspectiva antropológica. Coimbra: Biblos, 1989.

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.

SAKURAI, Célia. **Romanceiro da Imigração Japonesa**, São Paulo: Sumaré, 2002.

SASAKI, Elisa, 1999. Movimento Dekassegui: a experiência migratória e identitária dos brasileiros descendentes de japoneses no Japão. In REIS, Rossana R. & ALES, Teresa (orgs.). **Cenas do Brasil Migrante**, São Paulo: 1999.

SATO, Hatsue. **A Arte Culinária Nipo-Brasileira**. Edição Kashiwa Purano S.A., Tóquio, s/d.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto**. Trad. Enrique Renteria. Rio de Janeiro: Salamandra, 1989.

SCHLÜTER, Regina C. **Gastronomia e turismo**. Trad. Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003.

TAZAWA, Yutaka e Outros. **História cultural do Japão: uma perspectiva**. S.L: Ministério dos Negócios Estrangeiros do Japão, 1973.

THOMPSON, E.P. **A miséria da Teoria ou um planetário de erros**. O termo ausente: Experiência. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WAINBERG, Jacques A . Anotações para uma teoria do turismo: a indústria da diferença. In: GASTAL, Suzana (Org.). **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

WEARING, Stephen.; NEIL, John. **Ecoturismo**: impactos. potencialidades e possibilidades. São Paulo: Manole, 2001.

WWF-BRASIL. **Sociedade e ecoturismo**: na trilha do desenvolvimento sustentável. São Paulo: Vitae Civilis e WWF-Brasil, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA

Prezado(a) Senhor(a),

Este questionário tem como objetivo avaliar como a culinária japonesa contribuiu para o turismo em Brasília. O conteúdo de suas respostas é imprescindível para a elaboração do trabalho monográfico de final de curso.

Aproveitamos o ensejo, para informar que a identidade dos respondentes não será necessária, objetivando garantir a privacidade dos mesmos.

Obrigada

1. Você reside em Brasília? (em caso negativo, qual cidade?)

() sim

() não Cidade _____

2. É a primeira visita neste restaurante?

1. () sim

2. () não

3. A motivação da visita a este restaurante deveu-se a:

4. Tinha conhecimento da cultura japonesa?

() sim

() não

5. Como avalia a divulgação da cultura japonesa em Brasília?

6. O que achou deste estabelecimento, de acordo com a sua expectativa?

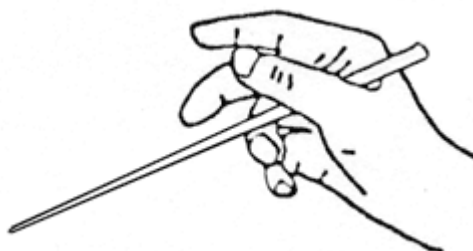
ANEXOS

ANEXO A – COSTUMES DA CULTURA JAPONESA

Etiqueta japonesa à mesa

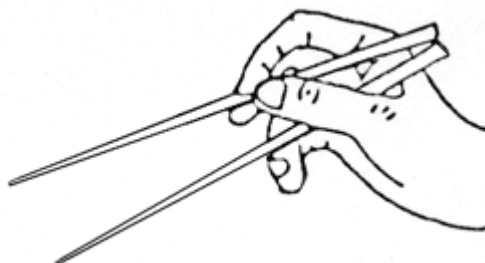
Um dos itens considerados mais importantes dentro da etiqueta japonesa à mesa é a utilização correta do hashi (palitinhos).

Utilizados de forma correta, certamente você poderá saborear a culinária japonesa de forma fina e natural.



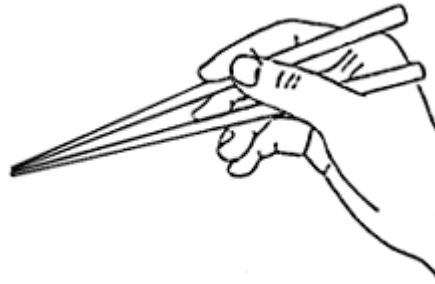
Segure o hashi inferior na curva do polegar

No Japão é comum cada membro da família possuir o seu próprio hashi, e nas refeições fora de casa são utilizados os waribashi (palitinhos descartáveis). Segundo a etiqueta japonesa, não se deve separar os palitinhos que, normalmente, tem uma das suas pontas grudadas, no sentido vertical, mas sim de lado.



Segure o hashi superior entre os dedos polegar, indicador e médio. Mova-o para cima e para baixo

O hashioki é um objeto pequeno que serve como descanso para palitinhos. Caso não haja um hashioki disponível na mesa é possível confeccionar um usando o próprio envelope do waribashi.



Mantenha o hashi inferior parado e mova o superior na direção do dedo indicador de modo que eles se toquem

Como confeccionar um hashioki (descanso para palitinhos)

Em forma de trapézio

1. Dobrar o envelope do waribashi (palitinho descartável) em 3 partes iguais.
2. Dobrar o lado comprido ao meio, de forma que o hashioki ganhe o forma de um telhado.
3. Fazer dobras internas nas laterais a fim de que o hashioki se torne um trapézio.

Pode utilizá-lo para descansar os seus palitinhos!



Em forma de laço

1. Marcar o comprimento de 1/3 no envelope de waribashi e dobrar para dentro.
2. Pegar o lado mais comprido e faça uma volta a fim de fazer um laço.
3. Amarre o envelope e faça com que fique plano.



Ao se utilizar o hashi é necessário tomar cuidado em alguns pontos, pois algumas formas de manejo podem ser consideradas deselegantes ou de mau augouro.

As formas de utilização que devem ser evitadas:

1. SONAE BASHI

Descansar o hashi verticalmente na tigela cheia de arroz.

2. WATASHI BASHI

Descansar o hashi horizontalmente em cima da tigela de arroz ou de qualquer outra tigela.

* Observação para os itens (1) e (2)

Para descansar o hashi durante a refeição, utilize o hashioki (descanso para palitinhos) ou coloque somente a ponta do hashi na borda de alguma tigela pequena.

3. SASHI BASHI

Pegar a comida espetando o hashi .

Observação:

Pegue a comida segurando-a firmemente entre os palitinhos .

4. HIROI BASHI

Passar a comida de um hashi para outro.

Cerimônia do Chá



A cerimônia do chá, conhecida como "chanoyu" em japonês, é um passatempo estético peculiar ao Japão que se caracteriza por servir e beber o "matcha", um chá verde pulverizado.

De acordo com a história registrada, o chá foi introduzido no Japão, cerca do século 8, originário da China onde o chá era conhecido desde o Período da Dinastia Han Oriental (25-220DC). O "matcha", conforme é usado na cerimônia do chá de hoje, ainda não era conhecido naquela época. Não foi somente no fim do século 12 que o "matcha" foi trazido ao Japão vindo da China da Dinastia Sung. Todavia, o chá era muito precioso e embora usado principalmente como bebida, era considerado, também, remédio. O costume de beber "matcha", gradativamente, difundiu-se não só entre os sacerdotes de Zen, mas também no seio da classe superior. A partir de cerca do século 14, o "matcha" também era usado num jogo chamado "tocha". Tratava-se de um divertimento de salto no qual os convidados, depois de provarem de várias xícaras de chá produzido em diversas regiões, eram chamados a escolher a taça contendo o chá da melhor região produtora da bebida. Os que acertavam na escolha recebiam prêmios. Como esse jogo se tivesse tornado moda, as plantações de chá começaram a florescer, especialmente no distrito de Uji, nas proximidades de Kyoto, onde o chá de melhor qualidade ainda é produzido. O "tocha", gradativamente, converteu-se numa mais tranqüila reunião social no seio da classe superior e os prêmios não mais foram conferidos. O objetivo tornou-se então o gozo de uma atmosfera profunda na qual os participantes provavam o chá enquanto admiravam pinturas, artes e artesanato da China, mostrados num "shoin" (estúdio). Simultaneamente, sob

a influência de formalidades e maneiras que regulavam a vida cotidiana dos "samurais" ou guerreiros que constituíam, então, a classe dominante no país, surgiram certas regras e procedimentos que os participantes de uma reunião de chá deveriam obedecer. Assim desenvolveram-se os fundamentos da "chanoyu".

Ao final do século 15, um plebeu chamado MurataJuko, que dominou esta arte da "chanoyu" que se popularizara no seio da classe superior, propôs outro tipo de chá cerimonial, mais tarde denominado "wabicha", que ele baseou mais nas sensibilidades japonesas alimentadas pelo espírito do budismo de Zen. Foi durante o período Momoyama, na segunda metade do século 16, que Sen-no-rikyu, finalmente, estabeleceu a "wabicha" com a forma com a qual a "chanoyu" é realizada hoje.

A "chanoyu", assim desenvolvida, é algo mais que uma forma refinada de refresco. Seu objetivo e essência dificilmente podem ser expressos por palavras. Ajudaria lembrar que a cerimônia foi desenvolvida sob a influência do budismo de Zen cujo objetivo é, em palavras simples, purificar a alma do homem, confundindo-a com a natureza. Além disso, a "chanoyu" é a materialização do empenho intuitivo do povo japonês pelo reconhecimento da verdadeira beleza na modéstia e simplicidade. Termos como calma, rusticidade, graça, ou frase "estética da simplicidade austera e pobreza refinada", podem ajudar a definir o verdadeiro espírito da "chanoyu". Por exemplo, as regras rigorosas da etiqueta da "chanoyu", que podem parecer penosas e meticulosas á primeira vista, são, de fato, calculadas, minuto por minuto, a fim de obter a mais alta possível economia de movimento e, na verdade, agrada aos iniciados assistir a sua execução, especialmente quando realizada por mestres experimentados.

A "chanoyu" tem desempenhado um importante papel na vida artística do povo japonês, de vez que, como atividade estética, envolve a apreciação do cômodo onde é realizada, o jardim a ele contíguo, os utensílios utilizados no servir o chá, a decoração do ambiente como um rolo suspenso ou um "chabana" (arranjo floral para a cerimônia do chá). O desenvolvimento da arquitetura, jardinagem paisagística, cerâmica e artes florais deve muito à cerimônia do chá. O espírito da "chanoyu", representando a beleza da

simplicidade estudada e da harmonia com a natureza, moldou a base dessas formas tradicionais da cultura japonesa.

Mais ainda, o desenvolvimento das maneiras cotidianas da maioria dos japoneses tem sido influenciado basicamente por formalidades como as que são observadas na cerimônia "chanoyu". Como resultado disso, é costume bastante difundido entre as moças antes do casamento receber aulas nessa arte a fim de cultivar a postura e o refinamento oriundos da etiqueta da "chanoyu".

Após a morte de Sen-no-rikyu, seus ensinamentos foram transmitidos aos seus descendentes e discípulos. Na época de seus tataranetos, três diferentes escolas (a escola Omotesenke, a escola Urasenke e a escola Mushakojisenke) foram fundadas e continuam em atividade até hoje. Entre elas, todavia, a mais ativa e de maior número de seguidores, é a Urasenke. Ela é chefiada, presentemente, pelo Senhor Soshitsu Sen, o 15º descendente do fundador. Algumas das escolas iniciadas pelos discípulos de Rikyu incluem a escola Enshu, fundada por Kobori Enshu, a escola Sekishu, criada por Katagiri Sekishu, e a escola Sohen, estabelecida por Yamada Sohen. Estas escolas diferem entre si nos detalhes das regras mas conservam a essência da cerimônia que o grande mestre instituiu. Esta essência tem sido transmitida até os dias de hoje sem oposição e o respeito pelo fundador é um elemento que todas têm em comum

Uma "chanoyu" típica.

Há muitas maneiras de realizar uma cerimônia de chá de acordo com a escola a que o anfitrião pertence. Elas também variam de conformidade com a ocasião e a estação. Nos elementos essenciais, todavia, há uma semelhança básica.

Material e utensílios exigidos

1) A "sukiya" ou a casa de chá.

É costume muito antigo ter uma pequena casa, denominada 'sukiya', especialmente construída para a "chanoyu". Ela consiste de uma sala de chá (cha-shitsu), uma sala de preparo (mizu-ya), sala de espera (yoritsoki) e de um caminho ajardinado (roji) que leva á entrada da casa de chá. A casa, geralmente, é localizada numa seção arborizada especialmente criada para esse fim no jardim propriamente dito.

2) Utensílios.

Os principais utensílios são a "cha-wan" (tigela de chá), o "cha-ire" (recipiente do chá), a "cha-sen" (vassourinha de chá feita de bambu) e a "cha-shaku" (concha de chá feita de bambu). Via de regra, esses utensílios são valiosos objetos de arte.

3) Trajes e acessórios.

Roupas de cores discretas são preferidas. Em ocasiões estritamente formais, os homens vestem Kimono de seda, de cor firme, com três ou cinco brasões de família nele estampados e "tabi" brancas ou meias tradicionais japonesas. As mulheres trajam conservador kimono brasonado e também "tabi", nessas ocasiões. Os convidados devem trazer um pequeno leque dobrável e uma almofada de "kaishi" (pequenos guardanapos de papel).

A cerimônia propriamente dita.

A cerimônia do chá regular consiste:

1. da primeira sessão na qual uma refeição ligeira, denominada "kaiseki", é servida;
2. da "nakadachi" ou breve pausa;
3. da gozairi , a parte principal da cerimônia, onde o "koicha" ou chá de textura espessa, é Servido e
4. da ingestão do "usucha" ou chá de textura fina.

Toda a cerimônia leva cerca de quatro horas. Frequentemente, apenas o "usucha" é servido, o que requer cerca de uma hora.

– A primeira sessão.

Os convidados, cinco ao todo, reúnem-se na sala de espera. O anfitrião comparece e os conduz pelo caminho ajardinado até a sala de chá. Num determinado lugar do caminho há uma bacia de pedra cheia de água fresca. Ali eles lavam as mãos e a boca. A entrada para a sala é muito pequena o que obriga os convidados a rastejar para atravessá-la numa demonstração de humildade. Ao entrar na sala, que é provida de fogareiro fixo ou portátil para a chaleira, cada convidado ajoelha-se à frente do "tokonoma" ou nicho e faz uma reverência respeitosa. Em seguida, com o leque dobrável diante de si, ele admira o rolo suspenso na parede do "tokonoma". A seguir, olha do mesmo modo o fogareiro. Quando todos os convidados concluírem a contemplação desses objetos, eles tomam seus assentos, com o principal

convidado no lugar mais próximo do anfitrião. Depois que o anfitrião e os convidados trocarem cumprimentos, a "kaiseki" é servida, com os doces terminando a leve refeição.

– Nakadachi

Por sugestão do anfitrião, os convidados retiram-se para o banco de espera existente no jardim interno próximo à sala.

– Goza-iri

Um gongo de metal próximo à sala é tocado pelo anfitrião para assinalar o início da cerimônia principal. É costume fazer soar o gongo cinco ou sete vezes. Os convidados erguem-se e ouvem atentamente o som. Depois de repetir o Rito de purificação na bacia, eles entram novamente na sala. Os biombos de junco suspensos do lado de fora das janelas são retirados por um assistente a fim de tornar mais claro o ambiente. O rolo suspenso desaparece e, no "tokonoma", há um vaso com flores. O receptáculo para água fresca e o recipiente de cerâmica para o chá estão em posição antes que o anfitrião entre trazendo a tigela de chá com a vassourinha e a concha de chá dentro dela. Os convidados examinam e admiram as flores e a chaleira exatamente como fizeram no início da primeira sessão. O anfitrião retira-se para a sala de preparo e logo retorna com o receptáculo para água servida, a concha e o descanso para a tampa da chaleira ou concha. Em seguida, o anfitrião limpa o recipiente de chá e a concha com um pano especial denominado "fukusa", fazendo o mesmo com a vassourinha na tigela de chá contendo água quente tirada da chaleira. O anfitrião esvazia a tigela, despejando a água no receptáculo de água servida e limpa a tigela com um "chakin" ou pedaço de tecido de linho.

O anfitrião ergue a concha de chá e o recipiente e põe "matcha" (três conchas para cada convidado) na tigela e tira uma concha cheia de água quente da chaleira, pondo cerca de um terço dela na tigela e devolvendo o que sobrou à chaleira. A seguir, ele bate a mistura com a vassourinha até que se transforme em algo que lembre uma muito grossa sopa de ervilha verde tanto na consistência como na cor. O chá feito é denominado "koicha". O "matcha" usado aqui é feito de folhas tenras de plantas de chá com idade de 20 a 70 anos ou mais. O anfitrião coloca a tigela no seu lugar apropriado, junto ao fogareiro, e o convidado principal desloca-se, de joelhos, para pegar

a tigela. O convidado faz uma reverência com a cabeça, para os outros convidados e põe a tigela na palma de sua mão esquerda, sustentando um dos lados dela com a mão direita. Depois de tomar um gole, ele elogia o sabor da bebida e, em seguida, toma mais dois goles limpa a beirada da tigela onde bebeu com o "kaishi" de papel e passa a tigela para o segundo convidado que bebe e limpa a tigela tal como o fez o convidado principal. A tigela é então passada para o terceiro convidado, e, em seguida, para o quarto, até que todos os cinco tenham partilhado do chá. Quando o último convidado termina, ele entrega a tigela ao convidado principal que a devolve ao anfitrião.

– **Cerimônia com "usucha".**

O "usucha" difere do "koicha" na circunstância de que o primeiro é feito de plantas tenras com a idade de apenas 3 a 15 anos. Ele proporciona uma mistura espumosa.

As regras seguidas nessa cerimônia são semelhantes as da "koicha", sendo, as seguintes, as principais diferenças:

a) O chá é feito individualmente para cada convidado com duas a duas e meia conchas de "matcha". Espera-se que cada convidado beba toda a sua porção.

b) o convidado limpa a parte da tigela que seus lábios tocaram com os dedos da mão direita e, em seguida, limpa os dedos dela com o "kaishi" de papel.

Depois que o anfitrião retira os utensílios da sala, ele faz uma reverência silenciosa com a cabeça para os convidados, dando a entender que a cerimônia terminou. Os convidados deixam a "sukiya", despedindo-se do anfitrião.

ARRANJO FLORAL

Ikebana

Ikebana é a arte japonesa do arranjo floral. A princípio, foi uma arte apreciada pelos aristocratas no período Heian (794-1192) e espalhou-se para as outras classes sociais nos séculos XIV e XVI.

O Ikebana apresenta o amor pela linha, e também apreciação pela forma e cor, o que destaca a diferença do arranjo floral japonês com relação aos outros arranjos. Em sua forma mais simples, representa o céu, a terra e o homem. O Ikebana simbolizava certos conceitos filosóficos budistas mas, com o passar do tempo, esta arte foi se adaptando ao gênio peculiar do povo japonês. Aos poucos, muito da conotação religiosa foi desaparecendo, dando ênfase ao ensino do naturalismo.

O arranjo é linear na composição, com galhos comuns. No entanto, dá-se ênfase à perfeição linear e ao ensino do naturalismo, tentando passar o ensinamento da compreensão do crescimento natural do material utilizado e demonstrar o amor pela natureza em todas as suas fases. O arranjo floral deve seguir de alguma forma, o tempo e a estação em que se encontra.



O simbolismo do Ikebana está muito associado a certas formas florais com a literatura, tradição e costume. Cada feriado nacional possui seu arranjo floral, assim como muitas celebrações familiares tem seu arranjo floral prescrito. É notável que

qualquer arranjo floral japonês seja composto de três grupos triangulares de flores ou ramos. Um grupo ereto central, um grupo intermediário que parte em direção inclinada ao da estrutura ereta, e um outro grupo em triângulo invertido, que parte em direção inclinada ao grupo central e oposto ao intermediário.

É raro observar um arranjo floral desprovido de folhagem natural. Geralmente são poucos ramos de uma árvore ou arbusto e algumas flores. As flores mais utilizadas são as que crescem naturalmente no jardim ou no campo, e geralmente são escolhidos botões fechados e folhas que não estejam totalmente desenvolvidas. As razões são duas: enquanto o ramo está em botão, a beleza da linha da haste não é obscurecida e também porque será possível observá-lo desabrochar lentamente.

O ikebana quer transmitir a idéia de crescimento contínuo na vida e vitalidade. O ikebana deseja alcançar a recriação do crescimento floral, baseando-se na importância da linha, ritmo e cor. É importante citar que os ocidentais dão maior importância à quantidade e cores do material, apreciando a beleza das flores; já os japoneses dão ênfase à linha do arranjo, desenvolvendo a arte com objetivo de incluir hastes, folhas, ramos assim como flores.

A haste principal é que forma a linha central do arranjo, chamado de "**Shin**", e simboliza o Céu, devendo-se escolher o exemplar mais forte que o arranjador tiver em mãos.

A haste secundária ou "**Soe**" representa o Homem, parte da linha central é colocada de maneira a produzir o efeito de crescimento lateral, devendo ter cerca de dois terços da altura da haste principal.

A haste terciária ou "**Hikae**" simboliza a Terra. É a mais curta e é colocada à frente ou ligeiramente no lado oposto ao das raízes das duas outras.



É de grande importância a posição correta de cada haste, podendo-se acrescentar flores para preencher o arranjo. Todas são colocadas de forma firme no recipiente, para dar a impressão de que crescem de uma mesma haste. A escolha do recipiente é muito importante, pois a disposição do arranjo dependerá muito do tamanho, profundidade e largura desse. Após a escolha do material e das plantas, o passo seguinte é a poda, para adaptar a flor, ramo ou galho ao arranjo.

São empregados recursos físicos e químicos a fim de manter as flores frescas e vivas. O Mizukiri ou corte da haste em água é o mais simples, evitando a exposição ao ar da extremidade podada da haste, evitando a deficiência de sucção de água pelas plantas.

O recurso químico é a utilização de um pouco de ácido clorídrico ou sulfúrico, que diluídos em água, irão refrescar e dar vitalidade às plantas. Outro recurso é esfregar uma pitada de sal na extremidade das hastes. Para obter maior equilíbrio e firmeza, o arranjador poderá fazer uma curva na extremidade da haste ou ramo, devendo torcê-la com cuidado, utilizando ambas as mãos para evitar que se quebre.

Os princípios básicos da arte do Ikebana são respeitados e preservados. Poderão existir diferenças de opinião e concepção dependendo das escolas de arranjo floral, mas os princípios básicos são comuns a todas elas.