



## TÍTULO

**¿CÓMO LAS “CIUDADES JAPONESAS” EN BRASIL MEDIANTE SU PROPIA IDENTIDAD Y EL MARCO HISTÓRICO DEL *IMIN 100*, PODRÁN SER UN ATRACTIVO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL?**

## AUTORA

**Raquel Egídio Leal e Silva**

**Esta edición electrónica ha sido realizada en 2011**

**Director** Enrique Torres Bernier  
**Curso** Máster Universitario sobre Planificación, Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible

**ISBN** 978-84-694-8902-4

© Raquel Egídio Leal e Silva  
© Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



## Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

### Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

### Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciadore (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
  
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

Universidad Internacional de Andalucía  
Sede La Rábida

Maestría sobre Planificación, Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible

**¿Cómo las “Ciudades Japonesas” en Brasil mediante su propia identidad y el marco histórico del IMIN 100, podrán ser un atractivo turístico nacional e internacional?**

Raquel Egídio Leal e Silva

Director Dr. Enrique Torres Bernier



### **Dedicatoria**

Dedico a todas las miradas. A la tierra y el sol de España. A mis amigos brasileños, a mis compañeros latinoamericanos y españoles, por toda la energía compartida.

## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento al Tutor Enrique Torres Bernier.

Sinceramente, muchas gracias.

Agradezco a mis amigos Marcela, Vinícius, Rodrigo, Karininha, Zeca, Fer Carneiro, Solange San, por la complicidad.

Agradezco a mis compañeras de clase, Uky Moreno, María Eugenia, Aleida, Chispa, Marta, Vero, Clara, Rosario. En especial a Patricia Mosti, por la amistad y la dedicación en ayudarme a concluir la tesina.

Agradezco a mi mamá por todas las tazas de té y café.

La confianza de mi papá.

La alegría de la pequeña Heloísa – luz de mis días.

A la vida, por ser tan sorprendente!

***Arigato!***<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> ¡Gracias!

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### Índice de Gráficos

Gráfico 4.1: Encuestados por origen y sexo.....	79
Gráfico 4.2 : Encuestados por edad.....	80
Gráfico 4.3: Profesión de los encuestados.....	81
Gráfico 4.4 : Ingreso.....	88

### Índice de Cuadros

Cuadro 01: Ítems.....	82
Cuadro 02: Temas.....	83
Cuadro 03: Patrimonio.....	83
Cuadro 04: Desarrollo económico.....	85
Cuadro 05: Medio ambiente.....	86
Cuadro 06: Desarrollo social.....	86

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>09</b>
<b>1. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>09</b>
1.1 Turismo en la ciudad.....	12
1.1.1 Turismo cultural.....	12
1.1.2 Turismo de Negocios.....	16
<b>2. Ciudades japonesas y la conmemoración del IMIN 100.....</b>	<b>18</b>
2.1 La migración japonesa en Brasil.....	19
2.2 “Ciudades Japonesas” del interior del Brasil.....	23
2.2.1 Norte del Estado del Paraná.....	25
2.3 IMIN 100.....	31
<b>3. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.....</b>	<b>33</b>
3.1 Oferta turística.....	34
3.2 Oferta cultural japonesa.....	58
3.2.1 Parque de Japón – Maringá:PR.....	66
3.2.2 Plaza de Japón – Londrina:PR.....	70
3.3 Demanda turística.....	73
3.4 Matriz DAFO.....	75
<b>4. PERCEPCIÓN DEL TURISMO.....</b>	<b>78</b>
4.1 Percepción de la comunidad local.....	78
4.2 DELPHI.....	89
<b>5. CONSIDERACIONES FINALES.....</b>	<b>93</b>
<b>6. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>97</b>
ANEXO I - Cuestionario realizado a los visitantes de la fiesta Nipo – Brasileira.....	100
ANEXO II - Perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010:2020.....	102
ANEXO III – A Perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010:2020 – Primera vuelta.....	104
ANEXO III – B Perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010:2020 – Segunda vuelta.....	106
ANEXO IV – Glosario.....	108



## INTRODUCCIÓN

Para dar respuesta a la pregunta principal de esta tesis, la que se resume en **¿Cómo las “Ciudades Japonesas” en Brasil mediante su propia identidad y el marco histórico de los cien años de la inmigración japonesa en Brasil, podrán ser un atractivo turístico nacional e internacional?**, surge una cadena de preguntas que orientaran el camino para llegar a la respuesta más acertada.

Cabe señalar que una primera aproximación, orientada a referenciar bibliográficamente la temática de análisis, destaca el escaso material disponible que, sumado a la complejidad del tema, dificulta la delimitación conceptual del objeto de análisis. En ese sentido, al igual que otros autores que investigaron la dinámica del Turismo Urbano, se ha recurrido a las teorías urbanísticas para comprender el fenómeno abordado.

El primer capítulo se aboca a presentar aspectos conceptuales del Turismo Urbano, según las definiciones formuladas por diferentes autores. Y son tratados dos segmentos del turismo en la ciudad: el turismo cultural y el turismo de negocios. Esas reflexiones son importantes para comprender su configuración espacial y los principales abordajes de los investigadores brasileños.

También, hubo necesidad de realizar un recorte espacial que permita visualizar la migración japonesa en el Brasil, la configuración de las “Ciudades Japonesas”, el significado del centenario de la inmigración japonesa (IMIN100<sup>2</sup>) y las festividades realizadas en ese marco, descriptos en el segundo capítulo.

---

<sup>2</sup> IMIN 100 hace referencia a las conmemoraciones realizadas para los 100 años de la inmigración japonesa en el Brasil, celebradas en el año 2008.

El tercer capítulo se centró en la oferta turística de la región de estudio, destacando los atractivos en general y la oferta con trazos de la cultura japonesa en particular. Asimismo, se presenta el equipamiento, la infraestructura y, principalmente, la identidad local. Dado que, estas ciudades, además de los inmigrantes japoneses, recibieron a otros migrantes, el rasgo distintivo de su identidad es la diversidad cultural de sus colonizadores. En el contexto local fue necesario indagar si, de facto, el destino en estudio tiene potencial para la actividad turística, y si las nuevas obras e intervenciones, realizadas en conmemoración del IMIN 100, podrían tener valor turístico, en consecuencia se presenta una síntesis de la demanda actual. El objetivo de este capítulo es analizar el escenario turístico de la región.

Considerando, que no serviría de nada contar con la estructura necesaria para atraer turismo a la región, si la comunidad, en especial los “guardianes” del legado de la cultura japonesa, está dispuesta a recibir visitantes. El cuarto y último capítulo indaga en la percepción de la población local (descendientes de japoneses y brasileños), respecto del desarrollo de la actividad turística, poniendo en relevancia la cultura japonesa como producto turístico. Asimismo, fue necesario conocer la opinión de los especialistas en el tema para poder evaluar **¿Cómo las “Ciudades Japonesas” de Brasil, mediante su propia identidad y el marco histórico del IMIN 100, podrán ser un atractivo turístico nacional e internacional?**

La elaboración del presente trabajo requirió además de la recopilación e investigación bibliográfica, de la aplicación de una encuesta y de la aplicación del método Delphi (Capítulo 4).

Como resultado de la investigación se arribó a una secuencia de directrices y sugerencias para transformar a las “ciudades japonesas” en atractivos turísticos nacionales e internacionales.

Esta tesina se presenta con una gran pregunta, que intenta buscar un camino para consolidar los atractivos de esta comunidad: en tierras brasileñas, ciudades con cara y hábitos japoneses, que generan asombro y curiosidad, condimentos interesantes para un atractivo turístico.

# 1. MARCO CONCEPTUAL

El presente trabajo pretende dar respuesta a la siguiente pregunta: *¿Cómo las “Ciudades Japonesas” de Brasil, mediante su propia identidad y el marco histórico del IMIN 100, podrán ser un atractivo turístico nacional e internacional?* Con el objeto de aproximarnos al campo de estudio se presentaran algunos conceptos relacionados con la modalidad, turismo urbano, destacando los estudios aplicados a la realidad brasileña.

## 1.1 Turismo Urbano

Sin lugar a dudas el espacio urbano es muy complejo, por su origen y relaciones, así como el turismo. Y cuando tratamos de abordar a ambos (espacio urbano y turismo) en la misma temática, es un gran desafío definir el escenario de trabajo. Para muchos investigadores, hay una relación indisoluble entre turismo y espacio urbano. Sin embargo, son pocos los estudios hechos en Brasil sobre el tema. Aún existen muchas preguntas sin respuesta sobre las conceptualizaciones de esta modalidad de turismo en Brasil.

Según BERNIER (2006), investigador europeo, el propio fenómeno turístico es, en sí mismo, un fenómeno reciente y complejo que lo hacen difícil de comprender desde una perspectiva tradicional en el campo de las ciencias sociales. Con demandas y criterios multidisciplinarios, en los cuales el aspecto territorial y medioambiental juega un papel fundamental.

Para comprender el turismo en la ciudad, resulta esencial percibir el territorio, el espacio urbano. Los investigadores que abordaron el turismo urbano referencian en sus trabajos a urbanistas y a metodologías de lectura del diseño

urbano, relacionadas con la morfología del espacio. En ese sentido, una de las teorías más aplicada es la del norteamericano Kevin Lynch<sup>3</sup>.

Según LYNCH (1999), la ciudad no es solamente un objeto percibido (y tal vez disfrutado) por millones de personas de diferentes clases sociales y características extremadamente diversas, sino también el producto de muchos constructores que, por razones propias, nunca dejan de cambiar su estructura.

En Brasil el autor más citado sobre turismo urbano es CASTROGIOVANNI<sup>4</sup> (2001), para quien el espacio urbano representa la síntesis de las tensiones sociales existentes. En una primera mirada, se presenta como una unidad coherente, aunque son muchas las variables (intangibles) que cohesionan el espacio urbano.

Por su parte, WAINBERG<sup>5</sup> (2001) promueve la teoría de Lynch y Castrogiovanni, al afirmar que:

*“la semiótica del espacio urbano enseña que la ciudad debe ser interpretada por el peatón, cada uno (individuo) deberá conocer (revelar) la ciudad a través de la percepción de sus elementos: avenidas, calles, barrios, puntos nodales, marcos y vistas notables. Además de los hábitos y costumbres, de la gente. La ciudad es una obra de arte viva. Cada detalle es relevante para el visitante que hará su composición mental del espacio.”<sup>6</sup> (pagina 13)*

El papel de las culturas originales e híbridas ha permitido a la *urbi* una posición privilegiada en el campo de producción humana. Espacios de diversidades étnicas, lingüísticas e ideológicas, las ciudades son guardianas del debate cultural en todas las épocas de la historia.

---

<sup>3</sup> Kevin LYNCH, desarrolla el método de análisis de la imagen mental de la ciudad, en base a 5 puntos: el camino; el barrio; los límites; los puntos focales y los marcos visuales.

<sup>4</sup> CASTROGIOVANNI, investigador italiano, ha dedicado parte de carrera a estudiar el turismo urbano en Brasil constituyéndose en el referente más importante en el escenario nacional para esta temática.

<sup>5</sup> WAINBERG, Jacques. **Cidades como sites de excitação turística**. En: CASTROGIOVANNI, A. C. (org.) Turismo Urbano. São Paulo: Contexto, 2001. Su investigación se desarrolla sobre la teoría de Kevin Lynch.

<sup>6</sup> Original en portugués, traducción propia.

El turismo urbano busca su plenitud ofreciendo al turista la autenticidad de una cultura, lo extraordinario (igual que un escenario), el proceso de invención de la imagen del lugar. La importancia cultural y la fascinación que ejercen las ciudades, alimentan la imagen que se construye sobre ellas. El turista no cumple el papel de mero observador, actúa en la construcción de ese espacio.

Para CASTROGIOVANNI (2001), el turismo urbano permite rentabilizar social y económicamente las inversiones, porque cada ciudad es singular, tiene su propio encanto. El uso de la ciudad como espacio de integración de productos turísticos responde al creciente interés por las cuestiones culturales y patrimoniales, como también por el surgimiento de nuevas motivaciones que ponen en relevancia la experiencia turística.

La implementación del turismo aparece como una solución que contribuye al desarrollo local, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y el crecimiento económico, como así también, permite retener a los pobladores en las pequeñas ciudades del interior del país<sup>7</sup>.

El turismo urbano puede desplegarse en varios segmentos, que reflejan la complejidad existente en las ciudades. Los investigadores coinciden en que existen diferentes motivos de atracción, y que estos se mezclan entre sí. BERNIER (2006) y CASTROGIOVANNI (2001) proponen diferentes clasificaciones para el turismo urbano, las que se exponen a continuación:

---

<sup>7</sup> VIEIRA (2005) destaca que las ciudades cambian de función, acogiendo a la población de otras ciudades, esto también sucede en los pequeños centros urbanos que tienen algún atractivo turístico, cercanos a ciudades mayores. Aunque, en muchas de estas pequeñas ciudades se han realizado inversiones siguiendo la moda, sin autenticidad o vínculo con la cultura local.

En palabras de BERNIER (2006), el turismo de ciudad o urbano contemporáneo:

*“nace del fuerte interés por visitar los espacios urbanos representativos de épocas y culturas distintas. Asimilado en parte en otras expresiones como (1) ‘turismo cultural’, (2) ‘turismo de circuito’ y (3) ‘turismo monumental’. Incluso el llamado (4) ‘turismo de negocios y de reuniones’ se materializa también mayoritariamente en el escenario urbano”. (pagina 149)*

Por su parte, para CASTROGIOVANNI (2001), el turismo urbano divide se en tres tipologías: (1) “turismo urbano cultural”, (2) “turismo urbano recreativo” y (3) “turismo urbano de negocios”.

Ambos investigadores concuerdan que el turismo urbano se divide en “turismo cultural” y “turismo de negocios”, estas constituyen las principales motivaciones para conocer nuevas ciudades como destinos turísticos.

### **1.1.1 Turismo Cultural**

En todo el mundo, desde sus orígenes, el turismo ha incorporado el patrimonio cultural como uno de sus principales componentes, tanto en rutas temáticas, como en programas. El investigador brasileño GERALDES (2007)<sup>8</sup>, considera el concepto más amplio del patrimonio cultural, que hace referencia al enfoque antropológico de las prácticas, valores, símbolos o ideas, y en el sentido de labor humana, como proceso de transformación de la naturaleza.

Para el Ministerio del Turismo de Brasil el turismo cultural comprende las actividades turísticas relacionadas a vivencias del conjunto de

---

<sup>8</sup> GERALDES, E. **Patrimonio ambiental urbano: atualizando o conceito para um turismo urbano possível.** São Paulo: USP (2007).

elementos significativos del patrimonio histórico, cultural y de los eventos culturales, valorizando y promoviendo los recursos tangibles e intangibles de la cultura<sup>9</sup>.

La característica fundamental del turismo cultural no es el viaje por sí mismo, sino sus motivaciones, el objetivo es descubrir, vivir nuevas experiencias, investigar y conocer distintas manifestaciones: religiosas, rutas, étnicas, festivales de música, cine y teatro, como también expresiones artísticas y/o culturales de la población (leyendas, exposiciones de arte, entre otras).

FUNARI (2002) sostiene la idea anterior, cuando define al turismo cultural como aquel donde se puede convivir con una experiencia cultural, que no se limita a visitar museos, ciudades históricas, rutas temáticas o gastronómicas (como por ejemplo la ruta del queso o del vino). Para el autor el *patrimonio cultural*<sup>10</sup> es todo aquello que constituye un bien apropiado por el hombre.

Los bienes que conforman el patrimonio cultural pueden constituirse en recursos turísticos<sup>11</sup> y potenciales productos turísticos. El investigador SWARBROOKE (2002) sintetiza en el siguiente diagrama una clasificación de los recursos del turismo cultural:

---

<sup>9</sup> Texto original: “*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.*” Consultado en: [http://www.pr.gov.br/turismo/turismo tipo cultural](http://www.pr.gov.br/turismo/turismo%20tipo%20cultural), disponible en septiembre de 2008.

<sup>10</sup> El turismo cultural es indisoluble de la discusión respecto del *patrimonio cultural*, según GRINOVER (2007), el patrimonio no es solamente el legado heredado, sino el legado que, a través de una selección consciente, un grupo significativo de la población desea legar al futuro. Por eso, el patrimonio es “una construcción social”, o, cultural, porque es una idealización construida. Refiere a un proceso simbólico de legitimación social y cultural que confieren a un grupo de personas el sentido colectivo de identidad. Para el autor, el patrimonio cultural comprenderá todos aquellos elementos que instituyen la identidad de un grupo y que lo diferencian de los demás. El elemento determinante que define el concepto de patrimonio es su capacidad de representar simbólicamente una identidad.

<sup>11</sup> BERNIER, E. T. Estructura de mercados turísticos. Barcelona: Editorial UOC, 2006. Define como recurso turístico a: *cualquier elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de un territorio socialmente organizado, que, por sí mismo o mediante su transformación, es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares, convirtiéndose de este modo dicho espacio en un destino turístico* (p. 31).



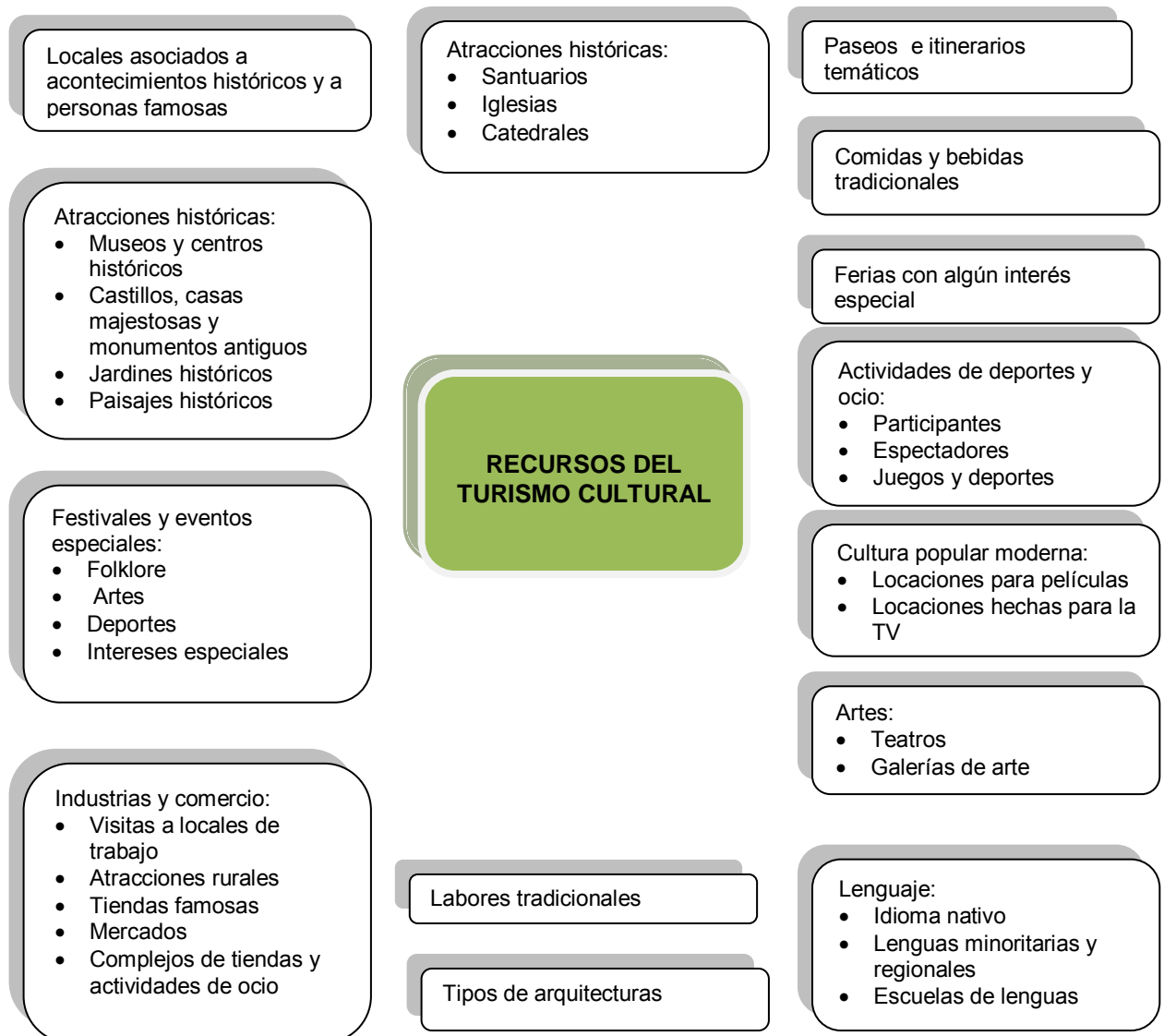


Diagrama 1.1 – Recursos del turismo cultural según SWARBROOKE(2002, p.36)

Otros autores, como GUERRERO<sup>12</sup> (2006) y URRY (1996, *en Guerrero, 2006*), incrementarían la lista de recursos del turismo cultural adicionando puntos de interés o grupos étnicos diferenciados. Además, coinciden en que el turista busca la autenticidad de la experiencia, interesa resaltar la estricta relación entre la mirada del turista, que busca lo extraordinario y/o autentico (igual que un escenario) y el proceso de invención de la imagen de los lugares.

Con el turismo y la globalización, convive la sombra de la pérdida de la identidad cultural, la reducción de los valores, producto de las diferencias entre las culturas. Sin embargo, para BAHL (2004), la pérdida de identidad es una condición contemporánea agravada por las tecnologías de producción industrial y de la comunicación audio visual. Aunque, el fenómeno de pérdida de identidad puede variar en intensidad, por la influencia de los medios masivos de comunicación. El turismo cultural sufre y ejerce presiones como consecuencia de la homogeneización de la cultura. Para GIDDENS (en GUERREIRO, 2005), como parte del mismo proceso, se fortalece la autonomía de la cultura local. Así, un lugar, un barrio, una ciudad, mantienen su encanto y lo ofrecen para vivir una experiencia única.

La ciudad es el palco de las manifestaciones culturales, por la concentración de la sociedad, la acumulación de capital, los cambios de conformación del espacio, y por la configuración de nuevos significados que atraen flujos de turistas, ampliando las reflexiones sobre las motivaciones del turismo urbano. Para GUERREIRO (2005) los turistas están interesados en el “exotismo” cultural, que se les ofrece como un escenario, para vivir experiencias auténticas.

---

<sup>12</sup> GUERRERO es un estudioso del turismo cultural (étnico) desarrollado en la Ciudad de Salvador (Bahía - Brasil).

En este sentido, el autor (GUERREIRO, 2005), argumenta que el turista cultural busca el contacto con un territorio autóctono con producciones artísticas o religiosas expresivas. Procuran el contacto directo con la vida de comunidades inmigrantes y descendientes y sus manifestaciones culturales<sup>13</sup>.

Luego, la identidad urbana debe tener algún significado para el observador, sea material o emocional (CASTROGIOVANNI, 2001). La búsqueda de lo urbano y por develar los misterios y enigmas de las ciudades, es potenciada por la riqueza y diversidad de elementos que ofrece el espacio urbano y que constituyen cultura en el sentido amplio de la palabra. El turismo cultural administra su patrimonio y lo ofrece con encanto.

### 1.1.2 Turismo de Negocios

Para el Ministerio del Turismo del Brasil el turismo de negocios y eventos comprende el conjunto de actividades turísticas motivadas por intereses profesionales, asociativos, institucionales, de carácter comercial, promocional, técnico, científico y social<sup>14</sup>.

El turismo de eventos es un producto capaz de generar por si mismo flujos y disminuir la estacionalidad del turismo en un polo receptor.

Este segmento presenta un importante crecimiento en Brasil y exige optimizar los métodos de planeamiento y organización, como también contar con espacios estructurados, profesionales especializados y *marketing* competitivo. Según datos del Ministerio del Turismo (2010) el sector genera tres (3) millones de

---

<sup>13</sup> El autor hace referencia a Chinatown en San Francisco y Brixton en Londres.

<sup>14</sup> Texto original: "*Turismo de Negócios e Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.*" Consultado en: [http://www.pr.gov.br/turismo/turismo\\_tipo\\_cultural](http://www.pr.gov.br/turismo/turismo_tipo_cultural), disponible en enero de 2010.

empleos. La *Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux* registra por año trescientos veintisiete mil (327.000) eventos en Brasil.

A partir de la década de 1990, en el Estado del Paraná, las ciudades de Curitiba y Foz do Iguaçu comienzan a consolidarse como polos de turismo de eventos y negocios. Londrina se perfila como otra opción en este segmento de turismo.

A continuación se presenta la delimitación espacial del ámbito de análisis y el relevamiento de los recursos potenciales, que permitirán identificar la potencialidad del área de estudio como destino de turismo urbano.

## 2. Las “CIUDADES JAPONESAS” y la Conmemoración del IMIN 100



Figura 2.1 – Mapa de Brasil.  
Fuente: <http://www.brasil-turismo.com>.

Brasil<sup>15</sup> es un país de dimensiones continentales, forjado por las manos de personas que llegaron de todo el mundo. Actualmente, ciento noventa millones (190.000.000) de personas se concentran en las Capitales y en la costa Este del territorio. Estudios desarrollados por el Instituto Brasileiro de Geografia y Estadísticas (en adelante IBGE)<sup>16</sup>, entre 1940 y 2000, revelan que durante ese periodo la población brasileña aumento cuatro veces. La variación de la tasa de

<sup>15</sup> Brasil posee una superficie de 8.514.215km<sup>2</sup>, se divide en 5.569 municipios y 27 unidades de la Federación (Estados), cuenta con una población total de 188.558.000 de habitantes.

<sup>16</sup> El IBGE es el organismo encargado de realizar los censos oficiales.

urbanización, que paso de 31,3% a 81,2%, indica que el Brasil rural se urbanizo. En el mismo período la población de origen brasileña paso del 96,6% al 99,6%<sup>17</sup>.

Si bien la historia de la inmigración en Brasil se desarrolla desde la llegada de los portugueses, en 1500, según el IBGE (2006), el país tuvo la principal corriente inmigratoria en la década de 1950, la gente llegaba principalmente de Europa. En ese contexto, las ciudades pasaron a ser lugares híbridos, donde se impuso la heterogeneidad. El presente estudio centrara la atención en la inmigración japonesa que se inicia principios de 1900.

## 2.1 La migración japonesa en Brasil<sup>18</sup>

La historia de la migración japonesa en Brasil se destaca entre los hechos ocurridos a partir del periodo Meiji<sup>19</sup>. De los destinos elegidos por los inmigrantes<sup>20</sup> Brasil es el principal y el último. Entre el periodo que abarca de 1908 a 1970 llegaron al país doscientos cincuenta mil ( 250.000) japoneses.

---

<sup>17</sup> El mismo estudio presenta datos relevantes para comprender el desarrollo social del Brasil, entre 1940 y 2000, la población brasileña de 15 a 59 años de edad, aumento de 53% a 61,8% del total de la población. En cuanto a la religión, los evangelistas crecieron del 2,6% al 15,2% de la población. El analfabetismo disminuyo de 56,8% al 12,1%. La tasa de escolarización, entre niños de 7 a 14 años, paso de 30,6% a 94,6%. Estos datos revelan un país joven en desarrollo.

<sup>19</sup> Con la firma del pacto de amistad entre Japón y los Estados Unidos en 1854, finaliza la política de aislamiento de Japón, que había durado más de dos siglos. En 1867, el poder es transmitido al Imperio Meiji Tenno (1852 – 1912), durante su reinado Japón paso por muchos cambios: se abolieron el sistema feudal y el poder territorial, terminando con el rígido sistema de clases japonés. La clase de los samurái fue totalmente suprimida y la creación del Estado se basó en el principio jurídico de la igualdad de todos los ciudadanos. En este época surge la constitución del nuevo Japón, que entró en vigor en 1889, se basaba esencialmente en teorías alemanas sobre el Estado, si bien el lenguaje estaba marcado por el tradicionalismo japonés. Esta idea del Estado no terminó hasta el día de Año Nuevo de 1946, tras la capitulación en la guerra contra los EEUU (NITSCHKE, 2007, p. 208).

<sup>20</sup> El primer destino de los emigrantes japoneses son las islas del Hawái (1884) para luego obtener oportunidades de trabajo temporario para ingresar en los Estados Unidos. Pero, a partir de la segunda guerra, los japoneses comienzan a ser perseguidos y con el ataque de Pearl Harbor los inmigrantes pasan a ser tratados como enemigos. Son enviados a campos de concentración y perdieron todo lo que habían logrado y conquistado en “América”. Al final de la guerra el Gobierno Norteamericano tuvo que pagar una indemnización a cada familia japonesa por las pérdidas, a partir de allí los japoneses reconquistaron su vida en los Estados Unidos. En América del Sur el destino más importante fue Perú, en 1990 un descendiente japonés, Alberto Fujimori, fue electo presidente de la República peruana. Paraguay y Bolivia, así como Argentina, Chile y Uruguay recibieron migrantes, los tres ultimo en números muy bajos (SAKURAI, 2007).

A Brasil llegaron familias completas, no sólo varones jóvenes como sucedió en otros países. De esta manera se mantuvo el equilibrio demográfico entre niños, adultos y ancianos, varones y mujeres.

Los primeros inmigrantes llegaron al país en 1908, Brasil y Japón tenían un tratado comercial firmado en 1895 con intereses para las dos partes. Para Japón era necesario disminuir la carga demográfica y las protestas contra el gobierno para mejorar las condiciones de trabajo. Por el lado brasileño los inmigrantes llegarían para ocupar el déficit de trabajadores existente en la agricultura, producto de la prohibición de traficar esclavos.

El 18 de junio de 1908, después de 50 días de viaje, arriba a la ciudad de Santos, Estado de São Paulo, el barco *Kasato-maru* con setecientos ochenta y un (781) japoneses. Hasta ese momento no había existido contacto entre los dos pueblos, brasileños y japoneses. Los inmigrantes, muy amables, traían banderas, de ambos países, hechas a mano, en seda.

Por muchos motivos despertaron la curiosidad de los brasileños como la confianza en sus mujeres, el alto número de inmigrantes con estudios y porque en sus equipajes traían libros, papel, tinta (materiales de lujo para la época) y utensilios de cocina.

Los trabajos en las plantaciones de café comenzaron muy mal. Un año después, solamente ciento noventa y un (191) inmigrantes permanecían en los lugares de trabajo, el resto se había trasladado a las ciudades de São Paulo y Santos o a la Argentina. Mientras, la inmigración seguía con la llegada de otro barco en 1910.

A partir de allí comienzan a constituirse los primeros núcleos agrícolas formados por inmigrantes japoneses que habían concluido sus contratos de trabajo con las haciendas<sup>21</sup>. Con ello, extensas áreas fueron desmontadas, expandiendo los límites agrícolas en los Estados de São Paulo y Paraná.

La segunda Guerra Mundial restringió las actividades de los inmigrantes. Cerraron las escuelas de la colectividad, se les prohibió escuchar la radio Japonesa y, también, hablar su lengua<sup>22</sup>. Muchos japoneses fueron apresados sospechados de espionaje, como consecuencia las familias japonesas se encerraron en sus casas. Las persecuciones por parte del gobierno, tornaron muy incómoda la situación de los inmigrantes japoneses en Brasil, esto se reflejó en su vida cotidiana. En un contexto político de poca hospitalidad, luchaban por la sobrevivencia de sus prácticas culturales.

La noticia del final de la guerra generó controversias en la comunidad japonesa de Brasil, porque se divulgaron noticias contradictorias de la rendición y victoria de Japón el 14 de agosto de 1945. En muchas regiones brasileñas surgieron grupos que defendían la victoria japonesa, como los *Kachigumi*. Quienes, atacaron y mataron a los líderes de las comunidades japonesas que divulgaron la derrota de Japón, *Makegumi*, en la guerra.

Después de la guerra, los jóvenes dejan de trabajar en la agricultura para estudiar y trabajar en el comercio de las grandes ciudades. Aunque, como secuela de la situación vivida por los japoneses, surgió la preocupación por

---

<sup>21</sup> Hacienda en el Brasil, son grandes propiedades rural para creación de agricultura o pecuaria.

<sup>22</sup> Con la prohibición de hablar en japonés y leer libros japoneses mucho de la cultura se perdió, para la segunda y tercera generación, sin embargo se mantuvo la gastronomía, porque la policía no podría capturar a la gente por comer *sushi* o *sashimi*.



desarrollar formas de fomentar la vida social y la práctica de sus costumbres y tradiciones.

Las primeras asociaciones<sup>23</sup> culturales de inmigrantes surgieron en el interior, en el ámbito rural, sobre todo antes de la guerra. Con la , cada vez mayor, presencia de japoneses y descendientes surgieron grupos urbanos, donde se puede bailar y practicar deportes. manteniendo la tradición y costumbres.

En el año 1952 se firma el Tratado de Paz entre Brasil y Japón; como consecuencia, nuevos inmigrantes llegan Brasil para trabajar en las haciendas administradas por japoneses.

El crecimiento industrial del Japón, coincidió temporalmente con el periodo conocido como el “milagro económico brasileño”, esta coyuntura atrajo inversiones japonesas a Brasil. Los *nisseis* son el puente entre los nuevos inmigrantes japoneses y los brasileños.

El crecimiento de la economía japonesa obligó a las industrias a buscar mano de obra extranjera para realizar los trabajos más pesados o repetitivos. Esto resulto en una inversión de la relación migratoria entre los dos países, conocido como el movimiento *dekassegui*, donde “japoneses brasileños” volvieron a Japón para trabajar (1985), hecho que fue aumentando conforme la economía brasileña fracasaba.

Una parte de la familia dejaba el país como *dekassegui* ,y otra permanecía para mantener los negocios de la familia. Generando problemas

---

<sup>23</sup> Las Asociaciones eran redes de sociabilidad creadas por los japoneses. En estas funcionan escuelas de lengua japonesa, pues las familias soñaban regresar. Además, se propiciaba la práctica deportiva del beisbol, atletismo y sumo. Las mujeres organizaban reuniones y fiestas. La asociación era un punto de confraternización, de alianzas económicas y matrimoniales. Formaban grupos de jóvenes y más tarde de ancianos. Las asociaciones se mantuvieron hasta hoy por sus descendientes (SAKURAI, 2007).

sociales, hijos criados por abuelos y tíos en Brasil y por la dificultad de adaptarse al nuevo país (Japón)<sup>24</sup>. Parte de los *dekasseguis* regresaron en la década de 1990, y la gran mayoría lo hizo a finales de 2008, impulsados por la crisis mundial.

## 2.2 “Ciudades Japonesas” del interior del Brasil



Figura 2.2.1 – Niñas, brasileña y nikkei, vestidas con trajes japoneses.  
Fuente – Autora, junio de 2008.

Hasta la década de 1980, ochocientos mil (800.000) inmigrantes japoneses eligen vivir en el Brasil.<sup>25</sup> El Censo 2000<sup>26</sup> apuntó que 9% de los cinco mil quinientos siete (5.507) municipios brasileños tenían japoneses, especialmente en los Estado de São Paulo y Paraná<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Para los inmigrantes y sus descendientes hubo dificultades para adaptarse socialmente, en Brasil eran tratados como japoneses y en Japón como *gaidin*.

<sup>25</sup> Datos disponibles en: [www.cultura.com.br](http://www.cultura.com.br)

<sup>26</sup> Datos oficiales del IBGE – Instituto Brasileño de Geografía e Estadística.

<sup>27</sup> Brasil es un país de dimensiones continentales hecho por inmigrantes, según el mismo estudio (IBGE2000), 43,6% de los inmigrantes eran provenientes de la Europa. 6,1% de los municipios tenían portugueses, destacándose los Estados de Rio de Janeiro y São Paulo. En el 5,1% de los municipios viven italianos, principalmente en São Paulo, Rio de Janeiro y Porto Alegre; 4,4% de los municipios tenían españoles,

En las ciudades brasileñas que tienen más presencia de *nikkeis*, se promueve la realización de diversas manifestaciones culturales, que tienen fundamentos similares a las que se celebran en Japón. El imaginario colectivo las reconoce y denomina: ciudad de japoneses. Son recortes de ciudades japonesas que conservan fuertes rasgos culturales, además de las fechas festivas, se realizan ferias libres en las cuales se comercializan hortalizas, flores y *sushi*.

En los supermercados, incluso los pertenecientes a cadenas, hay secciones especializadas en productos de la gastronomía japonesa, además de utensilios y piezas de decoración característicos de esa cultura. También existe una relación comercial consolidada entre los *nikkeis*. Los rostros de las personas en las calles evidencian que, sin lugar a dudas, son “ciudades japonesas”. En el marco de este trabajo serán tratadas como *Ciudades Japonesas*.

---

concentrados en São Paulo, Rio de Janeiro y Salvador; y 3,6% de los municipios tenían alemanes, principalmente en las capitales de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba y Porto Alegre.

## 2.2.1 Norte del Estado del Paraná



Figura 2.2.1.1 – mapa de las rutas turísticas del Estado de Paraná. Se destacan la zona Norte y las ciudades de Maringá y Londrina.  
 Fuente – Gobierno del Paraná

Paraná es uno de los Estados de Brasil con mayor diversidad étnica (italianos, españoles, polacos, ucranianos, japoneses, alemanes, etc.); veintiocho (28) etnias construyeron la historia del Estado. Esos pueblos trajeron y conservaron sus tradiciones, cultura y costumbres. Los inmigrantes llegaron con expectativas de trabajo, tierras, producción y tranquilidad.

La colonización del Estado del Paraná se inicia a partir de 1610 con los portugueses que buscaban oro. Las primeras implantaciones se producen por la vertiente Este del territorio. Italianos, japoneses, españoles, y otras nacionalidades en menor cantidad, compraron tierras y se establecieron en el Estado, mezclándose con los indios, portugueses y africanos – los tres elementos básicos que conforman

el pueblo y la cultura paranaense. El Estado de Paraná es reconocido como la "Tierra de Todas las Gentes".

El Norte del Estado del Paraná presenta una ocupación territorial ordenada, que se inicia en 1930, como resultado de la fundación, en 1925, de la Compañía de Tierras Norte del Paraná (CTNP), organización de origen inglés.

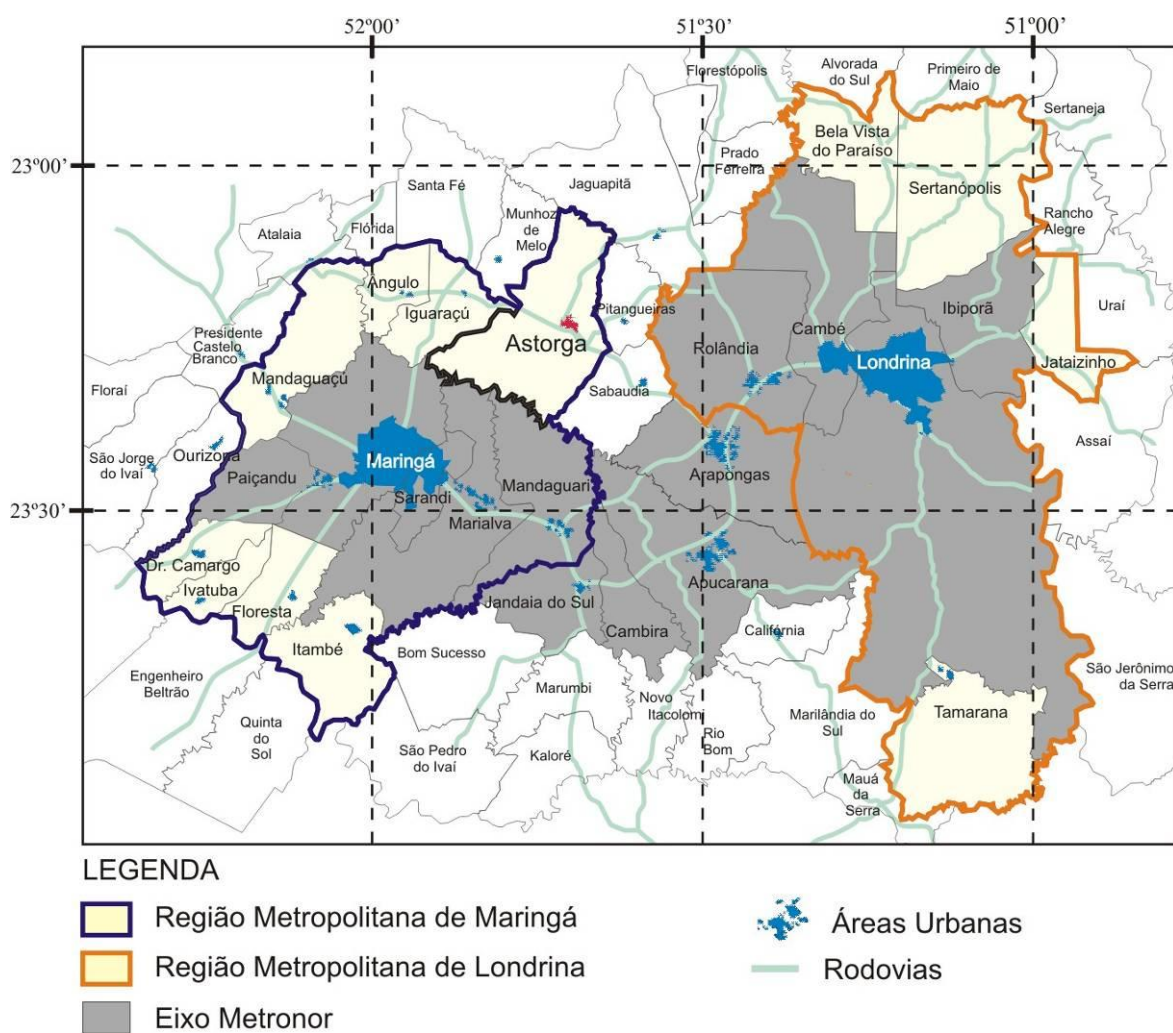


Figura 2.2.1.2 – Mapa de las regiones metropolitanas de Maringá y Londrina.  
 Fuente – Gobierno del Estado del Paraná.

A pesar de que la empresa colonizadora era de origen inglés, el norte del Estado no recibió inmigrantes de ese origen, ni contribuciones

arquitectónicas. Los ingleses contribuyeron a la construcción del paisaje (REGO, 2009); implantaron la línea de ferrocarril, que marco el territorio, desde Londrina (1932), “pequeña Londres” o “hija de Londres”, hasta Maringá (1938). Además, la Compañía de Tierras Norte del Paraná implantó otras diez ciudades alrededor de cien kilómetros de la línea de ferrocarril. Se alinearon a Londrina, Cambé (1932), Rolândia (1934), Arapongas(1938) y Aricanduva (actual Itambé, 1938) , Apucarana (1938), Pirapó (1938), Jandaia (1938) y Mandaguari (1937), en la fase británica de la Compañía; y Marialva, Sarandi y Maringá , en la fase brasileña, que dio continuidad al emprendimiento y a la planificación original (REGO, 2009).

De las ciudades mencionadas dos de ellas se desarrollaron significativamente, configurandose en polos, y creando nuevas regiones metropolitanas: Londrina y Maringá. Las dos ciudades son el objeto de estudios de esta tesina.

Londrina, es una joven ciudad fundada en 1934, que sufrió el crecimiento acelerado al transformarse en polo regional<sup>28</sup>, es la tercera ciudad más grande del Sur del Brasil, después de Curitiba y Porto Alegre. Actualmente cuenta con quinientos diez mil setecientos siete (510.707) habitantes, según los datos de las entidades nipo-brasileñas, alrededor de treinta mil (30.000) *nikkeis* viven en la ciudad.

Maringá, es aún más joven, fue fundada en 1952, actualmente cuenta con trescientos treinta y cinco mil quinientos once (335.511) habitantes, es la ciudad polo de la Región Metropolitana<sup>29</sup>, conformada por trece (13) ciudades. Las

---

<sup>28</sup> La Región metropolitana de Londrina está compuesta por ocho (8) ciudades y una población de setecientos sesenta y seis mil seiscientos ochenta y dos (766.682) habitantes (IBGE, 2007).

<sup>29</sup> La Región Metropolitana de Maringá posee quinientos ochenta y siete mil doscientos un (587.201) habitantes (IBGE, 2007).

entidades nipo-brasileñas<sup>30</sup> arriesgan que la población *nikkei* es de, alrededor, de catorce mil (14.000) personas.



Figura 2.2.1.3 – Izquierda, tapa de revista local con foto de niños, que da cuenta de la diversidad cultural. Derecha, revista de turismo promocionando las ciudades del norte del Paraná.  
 Fuente – Secretaria de Turismo del Paraná

La zona Norte del Estado de Parana, se caracteriza por la presencia de un clima, según la clasificación de Köppen, subtropical húmedo, meso térmico, con veranos calidos y concentración de lluvias en los meses de verano; la temperatura media es de 21° Celsius. El suelo, conocido por su color rojo, es fértil y apto para el desarrollo agropecuario. La economía se basa en la agricultura, cuyos principales cultivos son: soja, trigo, maíz, café y algodón. Anualmente, se realiza la feria de exposiciones agropecuaria que atrae a mucha gente de las ciudades de la region, con diferentes niveles economicos y además, fomenta el segmento de turismo de negocios.

El Estado ofrece un óptimo sistema de carreteras, integrando las ciudades del Norte a las ciudades importantes del país como São Paulo, Curitiba y

<sup>30</sup> La comunidad japonesa desarrollo un censo de la población descendiente, todavía no hay publicaciones oficiales.

Foz do Iguazú<sup>31</sup>. En cada una de las ciudades opera un aeropuerto internacional, y además, las ciudades están conectadas entre sí por el ferrocarril utilizado para transporte de cargas. Actualmente se discute un proyecto para reconvertirlo a transporte de pasajeros, como fue en sus inicios.

Las ciudades son conocidas por sus Centros de Investigación de Enseñanza, públicos y privados, destacándose en Londrina: Universidad Estadual de Londrina, Centro Universitario Londrinense (UNIFIL), Universidad Norte del Paraná (UNOPAR), Centro Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (Embrapa), en Maringá: Universidad Estadual de Maringá, Centro Universitario de Maringá (CESUMAR), Facultad Nobel, Facultad Maringá y centros de posgrado.

Para CASTROGIOVANNI (2001), la ordenación urbana comprende el proceso de organización de los elementos que componen el espacio urbano, relacionados a un orden, con base en la construcción de una jerarquía de valores, que tiene por objeto facilitar el desarrollo de las actividades turísticas.

Los paisajes urbanos de Maringá y Londrina, fueron diseñados por planes urbanos, es decir que, desde el principio son ciudades planeadas y esta planificación dejó sus marcas. Sus tejidos urbanos, como los de cualquier otra ciudad, son dinámicos y contienen el proceso histórico de una sociedad. Además de sus diseños, las ciudades tienen su propia vivacidad. Las ciudades son más de lo que se puede mirar, hay que sentirlas. Con esa sensibilidad descubrir los atractivos turísticos urbanos.

---

31

Ciudades	Distancia - km	Ciudades	Distancia - km
Maringá – São Paulo	637	Londrina – São Paulo	538
Maringá – Curitiba	428	Londrina – Curitiba	388
Maringá – Foz do Iguazú	411	Londrina – Foz do Iguazú	507





Figura 2.2.1.4 – Vista aérea de la ciudad de Maringá, sus grandes parques verdes y avenidas arboladas y floridas.

Fuente – Sitio web oficial de la ciudad. Autora.



Figura 2.2.1.5 – Vista aérea de la ciudad de Londrina, con el lago y los edificios.

Fuente – Sitio web oficial de la ciudad.

## 2.3 IMIN 100



Figura 2.3.1 – Publicación conmemorativa del IMIN 100 y logotipo de la festividad.  
Fuente – Periódico “O Diário”.

Con los festejos de los 100 años de inmigración japonesa en Brasil, muchos miembros de la comunidad nipo-brasileña se organizaron para las festividades, con el propósito de construir obras importantes para legar a las futuras generaciones y homenajear a sus antepasados. Esas intervenciones, por la escala y marco urbanístico se presentan como recursos potenciales para el turismo cultural.

Los preparativos para las fiestas de conmemoración del IMIN100, se realizó en marzo de 2007, convocando a una reunión con representantes del Ministério de las Relaciones Internacionales del Brasil y ciento cincuenta (150) líderes de la comunidad japonesa del Estado del Paraná.

Las fiestas de conmemoración las IMIN 100, y las fiestas tradicionales promueven la actualización de la identidad del grupo a partir de la imagen construida y reinventada por la comunidad y para la comunidad. Muchas de las tradiciones, son en la verdad “tradiciones inventadas”.

*“Por tradición inventada se entiende un conjunto de prácticas, normalmente reguladas por normas tácitas, o aceptadas abiertamente; prácticas de naturaleza ritual o simbólica, que inculcan valores y normas de comportamiento a través de la repetición, o que implica, automáticamente; una continuidad en relación al pasado. (HOBBSAWN, 1997: p. 9).”*

El año 2008 es declarado el año del Japón en Brasil<sup>32</sup>, durante todo el año se realizaron manifestaciones y fiestas nipo-brasileñas. En la fecha de la conmemoración el país recibió al príncipe japonés *Naruhito*, que visitó las ciudades de Maringá y Londrina.

---

<sup>32</sup> Divulgar el Brasil en el Japón, ha sido una de las metas del Ministerio del Turismo Brasileño, aprovechando el centenario de la inmigración japonesa, para ampliar el contacto con los operadores y agencias locales. Para eso, se ha creado la oficina de Promoción del MERCOSUR en el Japón (EBT – Japón) integrada a la Association of Travel Agents (Jata). La oficina traza las directrices de la promoción brasileña en ese país, además de funcionar como un canal de comunicación entre operadores y agencias brasileñas y japonesas.

### 3. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

A continuación, se presentan los productos y recursos turísticos de Maringá y Londrina, disponibles en Internet. Como también, datos sobre la demanda turística proporcionados por Secretaría de Turismo del Estado.

Retomando las palabras propuestas por BERNIER (2006),

*“los recursos turísticos son cualquier elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de un territorio socialmente organizado, que por sí mismo o mediante su transformación, es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares, convirtiéndose de este modo dicho espacio en un destino turístico.”(p. 31)*

Cabe mencionar que, es preciso diferenciar entre los recursos turísticos actuales y recursos turísticos potenciales. Los recursos actuales se caracterizan por ser el soporte de una actividad turística estructurada, en la que se producen pernoctaciones. En cambio, los potenciales, aun no tienen valor agregado, ni una gestión para desarrollarse turísticamente. En primer lugar se presentaran los recursos propios de las ciudades y después los recursos provenientes de la cultura japonesa y del IMIN 100.

Las dos ciudades tienen sus principales recursos turísticos vinculados al segmento de eventos y conferencias. Los principales hoteles tienen capacidad para atender a esta clase de turismo. Además, cuentan con auditorios, centros de eventos y convenciones ubicados por toda la ciudad.

### 3.1 Oferta

La ciudad de Maringá es conocida por ser una de las ciudades con mayor índice de arboles por habitante, es una ciudad verde, con muchos parques y calles arboladas y floridas. Entre las especies ornamentales se destaca el *Pie* (*Tabebuia avellanedae*) por su frondosidad y colorido (Ver: Foto 3.1.1.).



Foto 3.1.1.: *Ipês (Tabebuia avellanedae)* en flor.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

La ciudad de Maringá es reconocida por ser la sede del Muestra de Música Ciudad Canción (FEMUCIC), también se lleva a cabo el Festival de Coros, en el que participan grupos de toda América Latina. Los versos de una conocida canción popular brasileña que expresan: “*Maringá, Maringá, depois que tu partiste tudo aqui ficou tão triste...*”<sup>33</sup>, le otorgan el título de Ciudad de la Canción.

Las rutas federales (BR 277 y BR 376) son las principales vías de acceso. Desde la terminal de ómnibus: “*Vereador Dr. Jamil Josepetti*” se puede

---

<sup>33</sup> Maringá, Maringá, después que tú te fuiste, todo aquí quedo muy triste. Autor Joubert Carvalho, 1932. Traducción propia.

acceder a las principales ciudades del Estado del Paraná y del Brasil e incluso a las principales ciudades del Mercosur<sup>34</sup>.



Foto 3.1.2: Terminal de ómnibus de Maringá.  
Fuente: Autora (2008).

Asimismo, en el aeropuerto Silvio Name Junior, ubicado en la ruta PR 317 km107, operan vuelos nacionales e internacionales.



Foto 3.1.3: Aeropuerto de Maringá.  
Fuente : <http://images.google.com.br>

<sup>34</sup> MERCOSUR, Mercado Común del Sur, es un amplio proyecto de integración concebido por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Involucra dimensiones económicas, políticas y sociales. Siguen los objetivos establecido en el Tratado de Asunción, firmado en el año 1991. Actualmente encuentran asociados: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.

## Información Turística

**Oficina de turismo municipal:** Avenida XV de Noviembre, 701 : 1º piso.

**Centro de informaciones turísticas :** Plaza Centro de Convivencia Comunitaria (Plaza Dep. Renato Celidonio).

## Alojamiento

En los registros del Ministerio del Turismo hay nueve (9) hoteles, pero existen doce (12) que no se encuentran registrados. Los organismos oficiales no supieron informar el número actual de plazas ofertadas en la ciudad. El *Convention & Visitors Bureaux*, estima que sumadas las plazas de Moteles, pensiones y casas familiares de alquiler de habitaciones alcanzan las quince mil (15.000) plazas.

## Principales Atractivos Turísticos

### **Catedral Basílica Menor de Nossa Senhora da Glória**

La Catedral se convirtió en el símbolo de la ciudad. Proyectada por el arquitecto José Augusto Balucci, fue inaugurada en 1972. Con 124 metros de altura, es el monumento más grande de América del Sur y el 10º del mundo. En el punto más alto de la catedral hay un mirador que puede ser visitado.



Foto 3.1.4: Catedral de Maringá.  
Fuente: Prefeitura Municipal de Maringá

### Capilla Santa Cruz

La primera iglesia del área urbana de la ciudad de Maringá, data de 1946. Fue declarada Patrimonio Histórico de Maringá y restaurada en 1991. Su interior abriga cuadros sacros españoles.



Foto 3.1.5: Capilla Santa Cruz  
Fuente: Prefeitura Municipal de Maringá

### Mezquita Musulmana Cheique Mohamed Ben Nasser Al Ubudi

Inaugurada en 1989, es el templo de oración de los musulmanes de la región, su construcción es típicamente árabe con elementos representativos como cúpula y minarete. No está permitida la visita.





Foto 3.1.6: Mezquita  
Fuente : autora

### Templo Budista Jodoshu Nippakuji

El templo se inauguró el 29 de mayo de 1983, presenta arquitectura oriental. En su interior el altar está hecho con una madera característica de Brasil, peroba (*Aspidosperma polyneuron*), utilizando la técnica de encaje, que no utiliza clavos ni tornillos.



Foto 3.1.7: Templo Budista Jodoshu Nippakuji  
Fuente: imagen retirada de [www.maringa.pr.gov.br](http://www.maringa.pr.gov.br), disponible en diciembre de 2008.

Otras obras religiosas que conforman el patrimonio de la ciudad son el **Santuario Nossa Senhora de Fátima**, el **Monasterio Nossa Senhora da Redenção** y la **Gruta Nossa Senhora de Lourdes e Capela da Reconciliação**.

### **Museo de la cuenca del Paraná**

El museo está ubicado en la primera casa construida en Maringá, que data de 1946. La casa se basa sobre una estructura de madera, arquitectura tradicional de la región, en la década de 1960. La construcción fue donada a la Universidad Estadual de Maringá, convirtiéndose en museo en 1984. Su acervo consta de fotografías, publicaciones, utensilios indígenas, entre otros. Tiene como objetivo el desarrollo de la investigación científica.



Foto 3.1.8: Museo da Bacía del Paraná  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Teatro Regional Calil Hadadd y Museo Histórico y de Arte Helenton Borba Cortes

Este teatro, inaugurado en 1996, tiene un área edificada de 7.836,95 m<sup>2</sup>, y capacidad para ochocientas (800) personas sentadas.

Por su parte, el Museo abriga una colección de objetos de la colonización de la ciudad, documentos y archivos fotográficos. El museo también presenta exposiciones itinerantes.



Foto 3.1.9: Teatro Regional Calil Hadadd.  
Fuente: <http://farm4.static.flickr.com/>



Foto 3.1.10: Paine del artística paranaense Poty Lazzarotto, en el Teatro Calil Hadadd.  
Fuente: <http://outroladodanoticia.files.wordpress.com/>

## Monumento al Desbravador

Esculpido por el artista Henrique Aragão, representa la simplicidad de los pioneros que llegaron sin nada a la ciudad de Maringá, con las manos hacia arriba para alcanzar el infinito, Se encuentra ubicado en la Plaza Sete de Septiembre.



Foto 3.1.11: El "desbravador".  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Parque selva de los Pioneros

Es uno de los últimos ejemplares de flora nativa de la región noroeste del Estado del Paraná, con una superficie aproximada de 590.000m<sup>2</sup>. Actualmente está cerrado al público.

## Parque Alfredo Wernner Nyffler

Área de recreo, con una laguna artificial donde está permitida la pesca, los fines de semana y se pueden realizar deportes náuticos.

## Parque del Ingá

Es una porción de selva subtropical de 473.000 m<sup>2</sup>, ubicada en la parte central de la ciudad, que se mantiene desde el primer trazado urbano. El Parque fue inaugurado en septiembre de 1975. En su interior hay una laguna, áreas de descanso y recreación. Abriga un Jardín Japonés construido para homenajear en Imperador Akihito, en 1978. Hay una pista de 3 km para caminatas. Actualmente está cerrado al público.



Foto 3.1.12: Parque del Ingá  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Bosque de las Grevíleas

Con una área de 44.000m<sup>2</sup>, es un bosque de la especie *grevílea sp.* En el cual funciona una academia de gimnasia y una senda peatonal facilita la realización de actividades aeróbicas.



Foto 3.1.13: Parque das Grevileas  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Huerto forestal

Es una porción de bosque tropical, que posee una laguna con fuente natural de agua, área para pic nic, construido en 1950, con el objetivo de mantener las especies arbóreas de la ciudad.

## Termas de Maringá

Parque acuático, con piscinas de agua caliente natural, toboganes acuáticos, *play ground* con laguna, pesqueros, solárium, canchas para deportes. En el predio hay un sector japonés que cuenta con jardín, *ofuros* y piscinas de agua caliente y fría.

## Tropical Waterpark Internacional

Se trata de un parque acuático con múltiples opciones de recreación y ocio, piscina con olas, playa, cascadas, río, *play ground* acuático y temático. Además de infraestructura de restauración.



Foto 3.1.14: Waterpark Maringá  
Fuente: <http://images.google.com.br>

Además, en la ciudad existen algunas **ferias de artesanos** entre las que se destacan la Feria Turística de Maringá; Feria de Arte y Artesanía (ARTEMAR), Almacén de las Artes; Cooperativa Maringaense de Bordados; El Capullo Feliz, donde se elabora de seda artesanalmente.

La ciudad de Londrina es conocida por ser un polo de desarrollo, tradicional para la economía cafetera y por sus paisajes y lagos urbanos. También es conocida por ser sede del Festival Internacional de Teatro (FILO) y otros festivales de danza y música clásica.

El acceso a la ciudad se realiza por la ruta federal 369, y las rutas estatales PR 445 y PR 545. La terminal de ómnibus ofrece líneas para las

principales ciudades del Estado del Paraná, de Brasil y del Mercosur. El aeropuerto “*Gobernador José Richa*”, opera con vuelos nacionales e internacionales.



Foto 3.1.15: Aeropuerto de Londrina.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### Principales Atractivos Turísticos

#### **Catedral Metropolitana de Londrina**

Inaugurada en 1.972, tiene capacidad para ocho mil (8.000) personas.



Foto 3.1.16: Catedral de Londrina.  
Fuente: <http://images.google.com.br>



### **Santuario de las Gracias Schoenstatt**

Construida en 1950, es una réplica de la capilla Alemana que lleva el mismo nombre.

### **Área de Ocio – Luigi Borguesi Zerão**

Senda peatonal con una extensión de mil cuarenta y ocho (1.048) metros de extensión, en un valle urbanizado, posee equipamiento para realizar gimnasia al aire libre, canchas deportivas, anfiteatro, es un punto de encuentro de la ciudad para practicar deportes.



Foto 3.1.17: Parque de Ocio  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### **Lago Igapó I, II y III**

Imagen de las tarjetas postales de la ciudad de Londrina, es una opción de ocio y contemplación. El primer lago fue construido en 1959 y reinaugurado en 2002.



Foto 3.1.18: Lago Igapó I  
Fuente: <http://images.google.com.br>

El lago II fue revitalizado con sendas peatonales e iluminación adecuada.



Foto 3.1.19: Lago Igapó II.  
Fuente: <http://images.google.com.br>



Foto 3.1.20: Lago Igapó III.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Bosque Municipal

Ubicado en la región central de la ciudad, contiene árboles de especies nativas de Brasil, equipamiento para realizar gimnasia y caminatas en un área de 20.000 m<sup>2</sup>.



Foto 4.1.21: Bosque Municipal  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Parque Estadual *Mata de los Godoy*

Remanente de selva subtropical en un estado avanzado de conservación, cuenta con una superficie de 6.757.000m<sup>2</sup>. Alberga un Centro de observación, muy utilizado por investigadores y para educación ambiental. Abierto al público.



Foto 4.1.22: Portal de acceso al Parque Estadual Mata de los Godoy  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### Parque Ecológico Municipal Doutor Daisaku Ikeda

Creado en 1999 por Ordenanza Municipal, tiene un área de 508.480 m<sup>2</sup>, contiene las Termas de Londrina, con diversas opciones de aguas calientes.



Foto 3.1.23: Parque Daisaku Ikeda.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### Parque Forestal Arthur Thomas

Considerado patrimonio histórico de la ciudad, fue donado por la Compañía de Tierras Norte del Paraná (CTNP). Con 854.700m<sup>2</sup>, en el Parque está ubicada la primera usina hidroeléctrica de la ciudad.



Foto 3.1.24: Parque Arthur Thomas  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### Templo Budista Honganji

Con tradicional arquitectura japonesa, realizada con técnicas de encaje. En los meses de abril y agosto abre sus puertas para celebrar las fiestas tradicionales.



Foto 3.1.25: Templo Budista Honganji  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### Museo Histórico de Londrina Padre Carlos Weiss

Data de 1970, pertenece a la Universidad Estadual de Londrina con colecciones de Antropología, Arqueología, Geología y Pedagogía. Tiene laboratorios de investigación y espacios para exposiciones culturales.



Foto 3.1.26: Museo histórico, antigua estación de ferrocarril.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Museo de Arte de Londrina

Edificio de 1952, proyectado por el arquitecto Villanova Artigas y el ingeniero Carlos Cascaldi. Fue proyectada para ser una terminal constituyéndose en un hito de la arquitectura moderna en Paraná. En 1974, es declarado patrimonio cultural del Estado. El Museo tiene un gran acervo de obras de artistas nacionales y regionales.



Foto3.1.27: Museo de Arte.  
Fuente: Autora.

## Capilla San Miguel Arcángel

Es patrimonio cultural de la ciudad, ubicada en el distrito de Heimtal, de colonización alemana. Fue construida en 1937 y restaurada en 1994.

## Parroquia de San Antonio

Construida en 1950 en el distrito de Warta, de colonización polaca. En el día de su patrono, el 13 de julio, se realiza una importante celebración religiosa.

Además de las exposiciones, el museo ha propiciado en su espacio exterior la realización de fiestas populares y tradicionales de la cultura brasileña como las fiestas Nordesteña y Junina.

### **Santuario Nuestra Señora Aparecida**

Nuestra Señora Aparecida es la patrona de Brasil, el santuario fue construido en 1943, diariamente recibe la visita de muchos fieles.



Foto 3.1.28: Santuario.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### **Biblioteca Pública Municipal**

Edificio público eclético de 1940, albergo al antiguo Fórum de Londrina. Ubicado en la región central de la ciudad, en 1951 recibió el acervo bibliográfico municipal. Actualmente cuenta con setenta y un mil (71.000) ejemplares.

### **Marco cero**

Monumento hecho en 1984 en conmemoración a los 50 años de la ciudad. Referencia el sitio inicial, donde llegaron los primeros inmigrantes. Aun conserva una pequeña porción de la cobertura vegetal original (selva subtropical).

## Monumento a la Biblia

Obra de Takis Saridakis, ofrecido por la comunidad evangelista en el año 1981. El monumento tiene 10 metros de altura.



Foto 3.1.29: Monumento a Biblia  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Monumento “El pasajero”

Inaugurada en 1989, obra del artista Henrique Aragão de 15 metros de altura. Ubicada en cercanías de la terminal de ómnibus.



Foto 3.1.30: Monumento “El pasajero”.  
Fuente: <http://images.google.com.br>



### **Anfiteatro Reverendo Jonas Dias Martins – Zerão**

Proyecto del arquitecto Luis Cesar da Silva, posee un teatro de arena con capacidad para seis mil (6000) personas.



Foto 3.1.31: Teatro.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### **Teatro Universitario Ouro Verde**

Proyecto del renombrado arquitecto brasileño Villanova Artigas, fue inaugurado en 1952 como un cine privado. En 1978 es comprado por la Universidad Estadual de Londrina y en 2002 es restaurado. Tiene capacidad para novecientas (900) personas. Arquitectura relevante, símbolo del desarrollo económico de la década de 1950.



Foto 3.1.32: Teatro. Ouro Verde.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### **Teatro Colegio Londrinense**

Con capacidad para cuatrocientas treinta (430) personas, pertenece al Instituto Filadelfia de Londrina.

### **Teatro Zaqueu de Melo**

Inaugurado en 1985, presenta obras de diferentes grupos teatrales y orquestas de música. Tiene capacidad para ciento noventa y cinco (195) personas

### **Teatro Marista**

Inaugurado en 1998, con capacidad para novecientos once (911) personas. Se presentan obras de teatro y shows culturales.

### **Planetario**

Inaugurado en 2007, con fines educativos, académicos y culturales, constituye un nuevo atractivo para la ciudad.



Foto 3.1.33: Planetario  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Autódromo Internacional Ayrton Senna

Inaugurado en agosto de 1992, con 3.146,60 metros de extensión, la pista tiene áreas de alta, mediana y baja velocidad, fue realizado con patrones de la Federación Internacional de Automovilismo (FIA). Sede de competiciones de *Formula Truck*, 500millas, *Speed Fusca* y motociclismo.



Foto 3.1.34: Autódromo Internacional Ayrton Senna, competición de Formula Tunck.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

## Kártodromo Luigi Borguesi

Inaugurado en 1995, tiene una pista de 1.154 metros y treinta y un (31) boxes.

## Gimnasio de Deportes Darcy Cortes – *Moringão*

Capacidad para doce mil (12.000) personas en un área de 9.676 m<sup>2</sup>.  
Inaugurado en 1992.

### **Complejo de Beisbol de la Asociación Cultural Deportiva de Londrina (ACEL)**

Con tres (3) campos oficiales y ocho (8) para pruebas y prácticas, es el complejo más grande de América Latina. Sede de campeonatos nacionales e internacionales.

#### **Estadio del Café**

Capacidad para cuarenta y cinco (45.000) personas, construido en forma de "U". Inaugurado en 1976.



Foto 3.1.35: Estadio del Café  
Fuente: <http://images.google.com.br>

### 3.2 Oferta Cultural Japonesa



Foto 3.2.1: *Nikkeis* en los preparativos para la Festividad del IMIN 100 (2008).  
Fuente: <http://images.google.com.br>

En este capítulo se presentaran los potenciales recursos turísticos vinculados a cultura japonesa disponibles en Maringá y Londrina. Se trata de manifestaciones culturales tradicionales, productos híbridos, como así también las intervenciones arquitectónicas y artísticas realizadas para la celebración del IMIN 100.

El 18 de junio de 1947, se funda en el municipio de Maringá la Asociación Cultural y Deportiva de Maringá (en adelante ACEMA), como un medio para el desarrollo e integración de la “Colonia Japonesa”<sup>35</sup>.

Maringá realizó en 1989 el primer Festival Nipo:Brasileño. En sus primeras versiones el festival era organizado por la Municipalidad, la Universidad Estadual de Maringá y ACEMA. Para la comunidad, la festividad tiene como objetivo la preservación, práctica y divulgación de la cultura japonesa, además de la integración de la comunidad nipo:brasileña.

---

<sup>35</sup> El municipio de Maringá se fundó el 10 de Mayo de 1947, así, la historia de la ciudad y de la asociación se desarrollan en forma paralela.



Foto 3.2.2 – Danza tradicional Bon:odori.  
Fuente – [www.acema.com.br](http://www.acema.com.br),

Las fiestas “japonesas” son festividades folklóricas que conservan rituales orientales. Estos eventos festivos promueven la actualización de la identidad del grupo a partir de la imagen construida y reinventada por la comunidad y para la comunidad. Muchos de los rituales que se celebran nunca fueron vividos por los inmigrantes japoneses en su país de origen. En las festividades se presentan tradiciones antiguas, inexistentes en el Japón moderno, prácticas tradicionales que fueron adaptadas o incluso, que jamás existieron en Japón. Estas prácticas pueden ser situadas en el campo de las “tradiciones inventadas”.

En Londrina, el Festival “Casa Japón”, conserva referencias del “Japón Antiguo”. Al igual que los festivales que se realizan en San Pablo tienen en común un escenario referencial de la cultura japonesa. En muchos casos se trata de productos imaginados.

La búsqueda por reconstruir el Japón, creado por el imaginario colectivo, es importante para mantener la identidad que justifica la existencia de la propia comunidad.

Algunos autores creen que los festivales son más importantes para la generación más antigua, los ancianos. Aunque el interés de los jóvenes de cuarta

generación y de no *nikkeis* por la cultura japonesa es creciente, cuestión que será abordada en el capítulo siguiente.

La Fiesta Nipo:Brasilera de la ciudad de Maringá, se celebra durante nueve (9) días en el mes de agosto. Año a año recibe un número creciente de visitantes, en 2007, asistieron cien mil (100.000) personas. La mayor parte de los participantes son de origen japonés, o jóvenes amantes de esa cultura. Este es festival es considerado el mayor evento cultural y artístico de la región.



Foto 3.2.3: Tanabata  
Fuente: <http://madeinjapan.uol.com.br>,

En 2008, la fiesta tuvo carácter oficial al celebrar el IMIN 100, la cultura japonesa se puso en valor a través de la decoración, gastronomía, presentaciones folklóricas de música tradicional y pop, *taiko*, *bon:odori*, además de ofrecer talleres para enseñar las técnicas tradicionales de *bonsái*, *ikebana*, *origami* y *sushi*. En este espacio también participan otros grupos folklóricos de culturas colonas de Brasil, como portugueses, alemanes, españoles y ucranianos. La danza es la principal manifestación cultural presente en el festival.



Foto 3.2.4: Jóvenes bailando.  
Fuente: ACEMA.

En tres mil (3.000) metros cuadrados, trabajaron mil seiscientas (1.600) personas para preparar los platos típicos de la culinaria oriental. En el evento también se presentaron ochenta (80) expositores que trabajan con actividades vinculadas a Japón, además de exposiciones culturales. La festividad es realizada por voluntarios y entidades sin fines de lucro, que promueven la divulgación de la cultura japonesa.





Foto 3.2.5: planta de la fiesta Nipo Brasileña, Maringá 2008.  
Fuente: ACEMA

Para autor brasileño MOURA<sup>36</sup> (2002), estudioso de las fiestas folklóricas brasileñas, se debe tener mucha atención al considerarlas y tratarlas como productos turísticos. En cuyo caso, el turista debe tener información sobre los significados de sus rituales. Para este autor, las fiestas presentan un carácter ideológico, festejar es mantener algo que forma parte de la memoria colectiva. Las fiestas brasileñas forman parte de una historia que contiene gran cantidad de intereses espirituales y materiales, que a veces fueron cambiando con el tiempo.

También, en Maringá otra fiesta marcó las conmemoraciones del IMIN 100, los jóvenes *nikkeis*, organizaron una fiesta de celebración denominada

<sup>36</sup> MOURA, Antonio de Paiva, autor del artículo **Turismo e festas folclóricas no Brasil**, en el libro Turismo e Patrimônio Cultural.

*Hoshi Matsuri*, para las festividades del centenario y divulgar la cultura japonesa entre los jóvenes brasileños.

La mayor atracción fueron los bailes de *Matsuri Dance*, una mezcla del ritual japonés y del ritmo *dance* del estilo contemporáneo. Los movimientos representan gestos tradicionales, pero más rápidos y con saltos. Este evento atrajo descendientes y amantes de la cultura japonesa de otros Estados.



Foto 3.2.6 – Matsuri dance y jóvenes participando de una lucha de *sumo* como parte de un juego.  
Fuente: Acema

Las fiestas “Casa Japón” y “Nipo:brasileña” acercan ritos de la cultura japonesa y se basan, principalmente, en la gastronomía. Cada año, atraen más interesados en dicha cultura, los jóvenes *nikkeis* y no *nikkei* son un grupo creciente, que visitan participan del evento atraídos por el *Matsuri Dance*, una danza híbrida con movimientos tradicionales japoneses, al ritmo del *taiko* y con la energía del carnaval brasileño. Son centenas de jóvenes bailando al mismo tiempo.



Foto 3.2.7: Visitante de la fiesta bailando *Matsuri Dance*.  
Fuente: ACEMA

La ciudad de Londrina también promovió un gran evento para festejar el IMIN 100, una exposición de presentaciones culturales y productos típicos, que se caracterizó por la diversidad. Los productos ofrecidos estuvieron vinculados a los *nikkeis*, principalmente relacionados con la producción agropecuaria, dado que muchos *nikkeis* de la región se dedican a las tareas agrícolas. Los stands presentaron productos alimenticios, educativos y un sector destinado a la muestra de tecnología informática y robótica.



Foto 3.2.8: todos los stands se vistieron al estilo oriental. Fueron presentadas ceremonias tradicionales como la ceremonia del té.  
Fuente: Autora



Foto 3.2.9: Feria de Londrina del IMIN 100: entrada a la feria, con decoración tradicional de papel y luminarias. El edificio del Banco del Brasil construido al estilo oriental. Sector de tecnología, un coche:robot.

Fuente: Autora.

### 3.2.1 Parque de Japón – Maringá:PR



Foto 3.2.10: logomarca del Parque de Japón.  
Fuente: Parque del Japón, Autora.

El complejo Parque de Japón se comenzó a proyectar en 2005, con el aporte de técnicos, paisajistas, arquitectos e ingenieros brasileños y japoneses. El proyecto se divide en tres partes: el jardín japonés, el complejo deportivo y el centro cultural, implantados en 100.000 m<sup>2</sup>, que fueron donados por el sector privado (ver Plano 1). La inversión inicial ha sido estimada en diez millones (10.000.000) de dólares (veintiún millones de reales).

La construcción del Parque de Japón, se lleva adelante mediante una Organización de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIP) que coordina los trabajos de realización del proyecto, captación de recursos financieros, gerenciamiento de las obras y gestión del complejo. Cabe mencionar que parte de los recursos fueron donados por la ciudad hermana de Maringá, *Kahogawa*, Provincia de *Hyogo* – Japón. Aunque, a pesar de los esfuerzos realizados aun no ha sido concluido



**A – Jardín Imperial**

- 01 – Monumento Memorial IMIN 100
- 02 – Portal, boletería y administración
- 03 – Restaurante
- 04 – Casa de Té
- 05 – Lago superior
- 06 – Lago Inferior
- 07 – Islas de Piñeros
- 08 – Bosque de *Sakura*
- 09 –Kiosko

**B – Centro de Eventos / Teatro**

- 01: Teatro
- 02: Centro de Eventos y Convenciones/ museo
- 03 – Aparcamiento
- 04 : Entrada
- 05 :Salida

**C – Complejo Deportivo Artes Marciales**

- 01 – Gimnasio

Plano Numero 01: Parque del Japón

Fuente: Parque del Japón

. Para la celebración del IMIN 100 y la visita del príncipe del Japón, *Naruhito*, sólo se había inaugurado el Monumento memorial IMIN 100. La principal dificultad radica en obtener el financiamiento que permita continuar las obras proyectadas. En 2009, estaban concluidos el jardín, el lago menor, la Casa de Té, Portal y el Gimnasio de Artes Marciales, convirtiéndose en sede de las olimpiadas escolares. En ese sentido, todavía no hay una fecha definitiva para la finalización de los trabajos, ni para el inicio de las operaciones como equipamiento turístico



Foto 3.2.1.1: Colonia japonesa y el Príncipe del Japón, en la fiesta del IMIN 100 en Maringá (2008).  
Fuente: Autora



Foto 3.2.1.2: Entrada del Parque.  
Fuente: Parque del Japón.



Foto 3.2.1.3: Gimnasio.  
Fuente: Parque del Japón.



Foto 3.2.1.4: Casa de Té  
Fuente: Parque del Japón.



### 3.2.2 Plaza de Japón – Londrina:PR



Foto 3.2.2.1: Vista del inicio de la obra de la Plaza de Japón.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

Para la celebración del IMIN 100 la ciudad construyó una plaza, de 9.407,12 m<sup>2</sup> en el sector central de la ciudad, en la cual se instaló una escultura de Yutaka Toyota<sup>37</sup> de 17 metros de altura, que representa al flujo migratorio que arribó a Brasil y el “espíritu japonés” simbolizado por una piedra de la región del Monte Fuji (Japón).

La Plaza está ubicada en uno de los principales ejes viales de la ciudad. Cerca del museo histórico, de la terminal de ómnibus urbanos y del centro comercial.

---

<sup>37</sup> Yutaka Toyota es un importante artista plástico japonés radicado en la ciudad de São Paulo (Brasil).



Foto 3.2.2.2: Construcción de la escultura de Yutaka Toyota.  
Fuente: <http://images.google.com.br>

La Plaza es una exposición permanente de la cultura y de los símbolos al aire libre. Fue inaugurada por el príncipe *Naruhito*, en la festividad del IMIM 100.



Foto 3.2.2.3: Plaza del Japón, en Londrina. Se destacan el *Toris* y el agua.  
Fuente: Autora



Foto 3.2.3.4: Plaza del Japón, en Londrina.  
Fuente: Autora

Cabe mencionar que la plaza fue un regalo a la ciudad de Londrina, para revitalizar la región más antigua de la ciudad, mediante la incorporación de una intervención urbana de calidad. Pero después de dos años de su inauguración, la falta de mantenimiento y el vandalismo, se encuentra deteriorado (bancos rotos, fuente de agua sucia). En este contexto, la comunidad japonesa discute la posibilidad de cerrar la plaza, decisión que no es apoyada por el resto de la población.

### 3.3 Demanda Turística

Los datos que se presentan en este acápite están basados en los resultados del Estudio de Demanda Turística realizado por la Secretaría del Estado del Turismo – Paraná (2006), cuyo objetivo es trazar el perfil de los visitantes, turistas y residentes para identificar las características socio – económicas de la demanda receptiva y emisiva. La presente tesina se centrara en analizar el perfil de los turistas<sup>38</sup>.

En ese sentido, los encuestados en la ciudad de Londrina provienen del Estado del Paraná (51%), otros estados de Brasil, principalmente São Paulo (46,9%) y de otros países (2,1%). Mientras que los resultados en la ciudad de Maringá revelan que el 62,6% de los turistas provienen del Estado del Paraná, el 35,2% de otros estados de Brasil (principalmente São Paulo) y el 2,2% de otros países. Los datos presentados indican que Londrina se posiciona como un destino turístico a escala nacional, mientras que Maringá lo hace a escala regional. Ninguno de los destinos analizados esta posicionado a nivel internacional.

Para los dos destinos analizados el principal motivo del viaje son los negocios (46%), seguidos por quienes viajan para visitar amigos o familiares para (30%). El ocio es el tercer motivo de viaje (6% de los encuestados). Según la misma fuente, lo que menos atracción genera es la posibilidad de hacer compras<sup>39</sup>.

En esa línea, más de 60% de los encuestados viajan solos, el 21% viajan en compañía de la familia. El medio de viaje más popular es el vehículo

---

<sup>38</sup> Turistas: visitantes que permanecen más que 24 horas y pernoctan en el sitio de visita, se desplazan motivados por turismo, negocios, visitar a la familia, congresos, salud, estudios o investigaciones, religión o peregrinaciones, compras y ocio, entre otros.

<sup>39</sup> La ciudad de Maringá es un polo de compras de indumentaria, debido el bajo precio de la producción local. Atractivo importante para los visitantes.

particular. La permanencia media es de 5,4 días. El gasto medio diario de los turistas es de U\$D 130,96 (2006).

Los turistas encuestados, también fueron consultados con relación a calidad de la infraestructura. En ese sentido, el 76,3% respondió que la consideraban buena. La calidad de la ciudad, fue bien valorada por los turistas (71,3%), los ítems “calidad de vida” y “espacios verdes” fueron los mejor calificados. La mayoría demostró interés en volver a visitar las ciudades.

Cabe mencionar que algunos de los datos mencionados, como gasto medio y calidad de la ciudad, presentan una variación ascendente respecto a los obtenidos el año anterior (del Estudio de Demanda Turística realizado por la Secretaría del Estado del Turismo – Paraná, 2005).

### 3.4 Matriz DAFO

Con el objeto de comprender la información presentada precedentemente, en relación a la oferta y demanda turística del Norte del Estado del Paraná, se presenta una matriz de resultados desarrollada bajo la metodología DAFO (Deficiencias, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades).

<b>DEFICIENCIAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión turística</li> <li>✓ Oferta de plazas hoteleras</li> <li>✓ Estudio y plazas de restauración</li> <li>✓ Comercialización del destino</li> <li>✓ Señalización solamente en portugués.</li> <li>✓ Falta de infraestructura destinada al turista extranjero, como cajeros automáticos, servicio de información turística y materiales promocionales (folletos, plan, sitio web).</li> <li>✓ Gestión del equipamiento turístico</li> <li>✓ <i>Merchandising</i></li> <li>✓ Marca turística / identidad</li> <li>✓ Poco turistas extranjeros</li> <li>✓ Forma de viaje (la mayor parte de los turistas viaja solo).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Voluntad de la comunidad local en desarrollar el turismo</li> <li>✓ Cambio de política nacional de regionalización del turismo, genera una oportunidad para el desarrollo local.</li> <li>✓ Cambios económicos internacionales</li> </ul>

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recursos turísticos urbanos, vinculados a los eventos, además de edificaciones religiosas y culturales</li> <li>✓ Las universidades y centros de investigación de la región promueven la realización de congresos y eventos científicos.</li> <li>✓ Infraestructura urbana, rutas, aeropuertos internacionales, terminales.</li> <li>✓ Calidad de vida.</li> <li>✓ Cercanía a Foz do Iguazú – polo turístico nacional e internacional.</li> <li>✓ Feria Agropecuaria de las dos ciudades y otros eventos asociados.</li> <li>✓ Sede permanente de Festivales internacionales (FILO en Londrina, de Coros en Maringá).</li> <li>✓ Festivales de importancia nacional: Festival de Danza – Londrina, FEMUCIC – Maringá</li> <li>✓ El paisaje urbano singular en Maringá por los Parques verdes, en Londrina por las lagunas.</li> <li>✓ Fiestas culturales japonesas</li> <li>✓ Demanda consolidada para el turismo de negocios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proyecto de ferrocarril para pasajeros.</li> <li>✓ Estabilidad de la moneda (Real).</li> <li>✓ Consolidación del MERCOSUR</li> <li>✓ Posicionamiento mundial del Turismo cultural.</li> <li>✓ Festividades consolidadas</li> <li>✓ Viaje en familia</li> <li>✓ Interés de los turistas en volver a los destinos, Maringá y Londrina.</li> </ul>

A través de la metodología DAFO, se percibe un escenario muy favorable al turismo urbano en ambas ciudades, tanto para actividades de negocios como para otras vinculadas al turismo cultural. Aunque, se evidencian deficiencias vinculadas a la gestión del destino. El escaso número de plazas hoteleras disponibles, como de cubiertos dificulta la comercialización de las ciudades como producto turísticos.

Hasta aquí hemos revisado una gama de datos computables, cuantitativos y cualitativos, Sin embargo, persiste la necesidad de conocer la opinión de la comunidad local, que constituye una pieza clave en el desarrollo turístico. El próximo capítulo presentará los resultados de las investigaciones realizadas para conocer la opinión de la comunidad, de los asistentes a las fiestas nipo:brasileñas y la de los expertos e investigadores,



## 4. PERCEPCIÓN DEL TURISMO

### 4.1 La percepción de la comunidad local

Los resultados que se analizan en el presente Capítulo, son producto de un cuestionario aplicado a la población local, para conocer la percepción del turismo que tienen las comunidades de las ciudades de Maringá y Londrina – Región Norte del Estado del Paraná, en Brasil. Estos datos permiten complementar los obtenidos en el estudio de demanda turística elaborado por la Secretaría Estadual del Turismo.

La encuesta se realizó en forma personal, por la autora y dos voluntarios, a visitantes interesados por la cultura nipo- brasileña, agentes culturales, comerciantes, tanto brasileños como *nikkeis*<sup>40</sup>. Además, se han realizado visitas a las fiestas Nipo-brasileña tradicionales y de conmemoración al centenario de la inmigración japonesa – IMIN 100, en las dos localidades. Se ha mantenido el rigor de las respuestas.

En la ciudad de Maringá se han realizado cien (100) encuestas en la Fiesta Nipo-brasileña 2007, ciento treinta y dos (132) encuestas en la Fiesta Nipo-brasileña, año 2008. En Londrina se realizaron noventa y ocho (98) encuestas en la Fiesta *Matzuri*, año 2008.

El análisis de los datos recurrió a metodologías propias de la estadística descriptiva. Según BARBOSA (2004), la estadística descriptiva colecta,

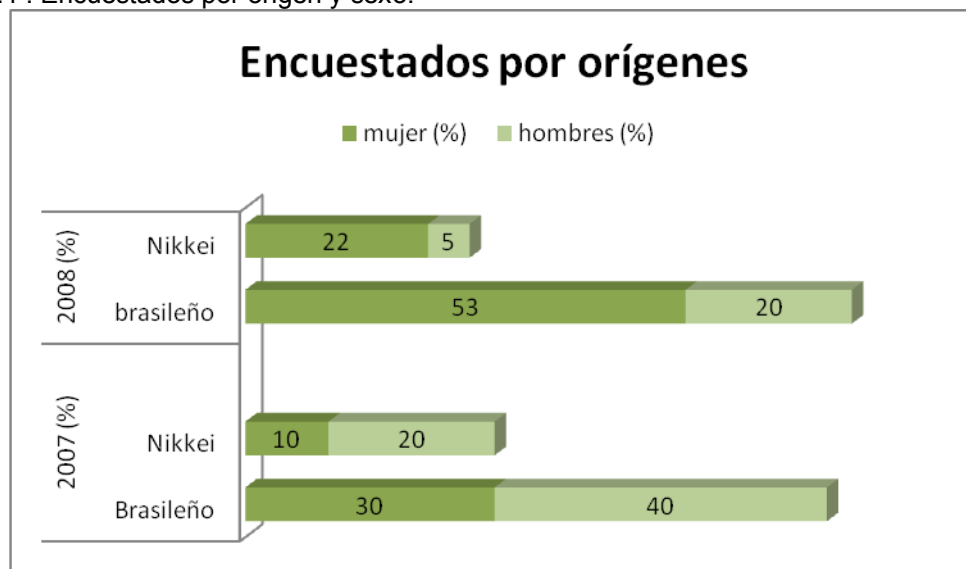
---

<sup>40</sup> hijos de japoneses nacidos en el Brasil. Descendiente de japonés.

critica, ordena y resume en tablas, gráficos o informes características de los fenómenos estudiados. Se han estudiado variables cualitativas y cuantitativas. Las variables cualitativas presentan las cualidades del fenómeno, mientras que las variables cuantitativas expresan propiedades mensurables del evento de interés.

Los resultados se presentan por año y según el origen del encuestado: *nikkei* o brasileño. En el ANEXO I se presenta el cuestionario aplicado.

Gráfico 4.1 : Encuestados por origen y sexo.

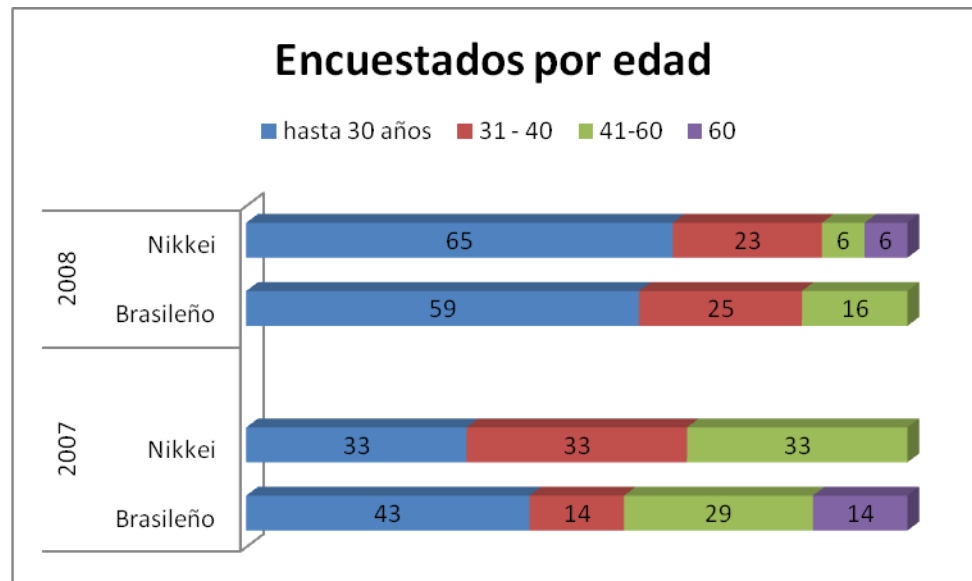


Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre : octubre 2007 a abril 2008

Manteniendo el abordaje aleatorio de los encuestados en los dos años, se observa un equilibrio entre los encuestados de origen japonés, 30% (2007) y 27% (2008). El gráfico indica que hubo un incremento en la participación de las mujeres, 30% en 2007 a 53% en 2008.

Gráfico 4.2 : Encuestados por edad.



Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre : octubre 2007 a abril 2008

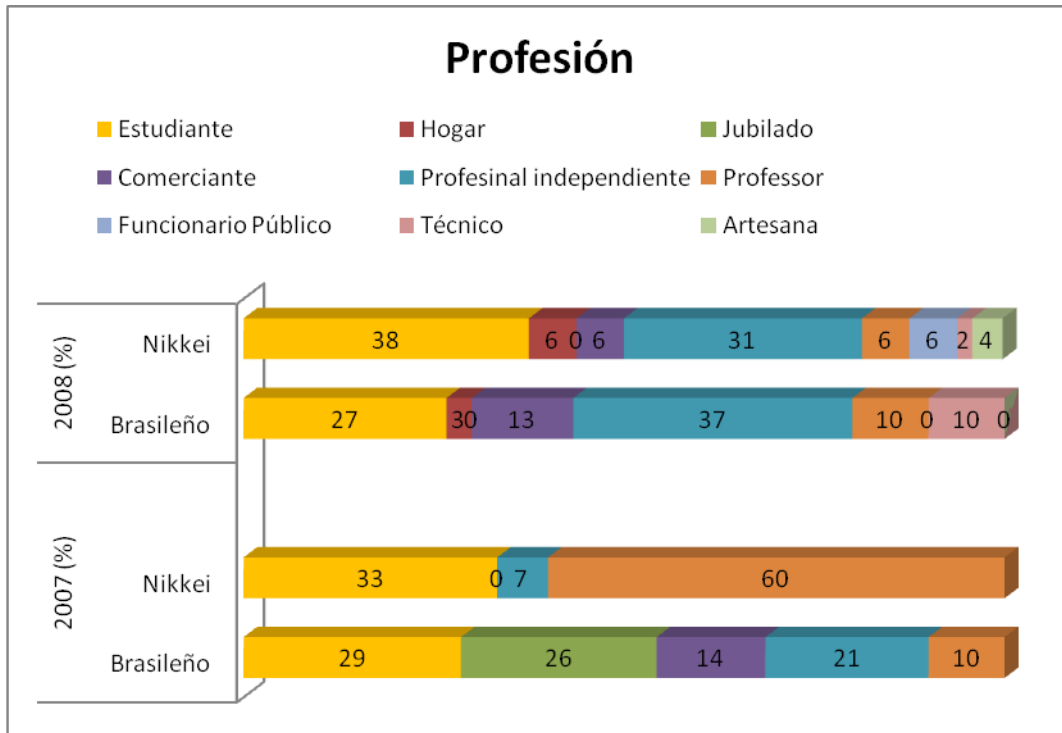
El gráfico 4.2. indica que el grupo mayoritario es el de menores de 30 años de edad, y el más pequeño, el integrado por mayores de 60 años. El grupo más joven, sin duda, es el más numeroso en los eventos japoneses, que promueven presentaciones de música POP, *mangas* y *Matsuri Dance*<sup>41</sup>.

Siendo los jóvenes la mayoría de los encuestados, la profesión más frecuente es de estudiantes, en 2007 y 2008 tanto para brasileños como entre *nikkeis*. Además de los estudiantes, entre el grupo de *nikkeis*, en 2007 se destacaron los profesores y profesionales independientes, mientras que en 2008 la composición tuvo variaciones, notándose un aumento de profesionales independientes, comerciantes, profesores y funcionarios públicos.

<sup>41</sup> Ver Glosario ANEXO IV.

Entre los brasileños, en 2007, se encuestaron a jubilados, profesionales independientes y comerciantes. En 2008 profesionales independientes, comerciantes, profesores y profesionales de nivel técnico.

Gráfico 4.3: Profesión de los encuestados.



Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre : octubre 2007 a abril 2008

### Los impactos del turismo en la visión de la comunidad

A partir de la aplicación de un cuestionario fue posible valorar la percepción de la comunidad respecto del turismo en los años de 2007 y 2008. La metodología aplicada considero la formulación de una serie de catorce (14) afirmaciones a ser valoradas de uno (1) a cinco (5) según el grado de conformidad para el encuestado; donde uno (1) indica que no está de acuerdo y cinco (5) que se acuerda totalmente con la afirmación (Ver Cuadro 01).

Cuadro 01: Ítems

1. El turismo es beneficioso para mi comunidad
2. Gracias al turismo se creará más trabajo para la gente local
3. El turismo aumentará la delincuencia
4. El turismo generará un cambio importante de la “cultura japonesa” local <sup>42</sup> .
5. El turismo estimulará la creación de empresas interesadas en invertir en la ciudad
6. El turismo servirá para mantener y divulgar la cultura japonesa.
7. El turismo sirve para estimular la artesanía y la cultura local
8. El turismo podrá fortalecer la imagen de “ciudad japonesa”
9. El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad
10. El dinero que genera el turismo se lo llevan las empresas externas a la ciudad.
11. Los precios de los artículos podrán aumentar debido al turismo.
12. El turismo incrementará la oferta de ocio para los residentes
13. El turismo genera la degradación o destrucción de determinados recursos naturales.
14. El turismo incentiva la conservación de determinados monumentos históricos.

Las cuestiones presentadas a los visitantes combinaron diferentes impactos (positivos y negativos) de la actividad turística los que, ex profeso, se presentaron aleatoriamente en el cuestionario. Los temas abordados consideraron cuestiones vinculadas al patrimonio, desarrollo económico, medio ambiente, infraestructura, desarrollo social (Ver Cuadro 02). El objetivo de esta consulta fue conocer la percepción real que tienen los habitantes del norte del Estado de Paraná sobre el desarrollo de una potencial actividad turística.

<sup>42</sup> Refiere a la “cultura japonesa local”, la cultura conservada por los inmigrantes japoneses, pasada de generación a generación. Algunas costumbres permanecen congeladas hace cien años, otros se adaptaron al Brasil surgiendo como ritos y productos híbridos.

Cuadro 02: Temas

TEMA	AFIRMACIÓN
Patrimonio	4. El turismo generará un cambio importante de la “cultura japonesa” local.
	6. El turismo servirá para mantener y divulgar la cultura japonesa.
	7. El turismo sirve para estimular la artesanía y la cultura local
	14.El turismo incentiva la conservación de determinados monumentos históricos
	8. El turismo podrá fortalecer la imagen de “ciudad japonesa”
Desarrollo económico	2. Gracias al turismo se creará más trabajo para la gente local
	5.El turismo estimulará la creación de empresas interesadas en invertir en la ciudad
	9.El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad
	10. El dinero que genera el turismo se lo llevan las empresas externas a la ciudad
	11. Los precios de los artículos podrán aumentar debido al turismo.
Medio ambiente	13. El turismo genera la degradación o destrucción de determinados recursos naturales.
Desarrollo social	1.El turismo es beneficioso para mi comunidad
	3. El turismo aumentará la delincuencia
	12.El turismo incrementará la oferta de ocio para los residentes

Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre: octubre 2007 a abril 2008

Las afirmaciones acerca del patrimonio tienen como objeto verificar si la gente comprende el potencial del turismo para mantener y fomentar la cultura del inmigrante japonés, los resultados se presentan en el Cuadro 03.

Cuadro 03: Patrimonio

Tema: Patrimonio	2007			2008		
	brasileño	nikkei	media	brasileño	nikkei	media
4. El turismo generará un cambio importante de la cultura japonesa local.	2,81	2,10	2,46	3,18	3,05	3,11
6. El turismo servirá de mantenimiento y divulgación de la cultura japonesa.	4,29	3,67	3,98	4,12	4,14	4,13
7. Sirve para estimular la artesanía y la cultura local	4,37	4,60	4,49	4,45	4,02	4,24
8. El turismo podrá fortalecer el imagen de “ciudad japonesa”	3,60	4,23	3,92	3,85	3,61	3,73
14. El turismo incentiva la conservación de determinados monumentos históricos	4,53	4,80	4,66	4,27	4,14	4,20

Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre: octubre 2007 a abril 2008

Los resultados obtenidos para las afirmaciones relacionadas con el patrimonio indican, que en 2007 la comunidad en general estuvo de acuerdo en que el turismo no generará cambios en la “cultura japonesa local”(4), y serviría para promover las artesanías y la cultura local (7), además de incentivar la conservación de monumentos históricos (14). Sin embargo, en 2008<sup>43</sup> la comunidad no parece estar tan segura de que el turismo no generará cambios de la “cultura japonesa local” (4) (ver Cuadro 03).

Asimismo, en 2007 la comunidad japonesa demostró no estar de acuerdo en la afirmación “*El turismo servirá para mantener y divulgar la cultura japonesa*” (6). Mientras que en 2008 alcanza un valor de 4,14, que indica que estaría muy de acuerdo con la afirmación formulada.

Un punto importante de discusión en este trabajo se refiere al punto (8) *El turismo podrá fortalecer la imagen de “ciudad japonesa”,* los datos obtenidos los dos años analizados, indican que la media de opinión general muestra que la comunidad no está muy segura de la afirmación (3,92 y 3,73). Al analizar las respuestas de los *nikkeis* se observa una variación negativa en 2008 respecto de 2007, (4,23 y 3,61 respectivamente).

---

<sup>43</sup> Es importante destacar que 2008 es el año de la festividad del IMIN 100, los temas relacionados a la cultura japonesa tuvieron una relevancia especial.

Cuadro 04: Desarrollo económico

Tema: Desarrollo económico	2007			2008		
	brasileño	nikkei	media	brasileño	Nikkei	media
2. Gracias al turismo se crearan más trabajo para los residentes locales	4,89	4,53	4,71	5,00	4,48	4,74
5. El turismo estimulará la creación de empresas interesadas en invertir en la ciudad	4,59	5,00	4,79	4,62	4,18	4,40
9. El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad	4,03	3,93	3,98	2,32	3,36	2,84
10. El dinero que genera el turismo se lo llevan las empresas externas de la ciudad	2,13	1,77	1,95	1,95	2,75	2,35
11. Los precios de los artículos podrán aumentar debido al turismo.	4,93	3,30	4,11	4,20	3,98	4,09

Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre : octubre 2007 a abril 2008

En referencia al desarrollo económico, la media de los encuestados en 2007 y 2008 indica que la comunidad percibe al turismo como un promotor de empleo (2), que más empresas estarían interesadas en invertir en las ciudades del norte (5), y que los precios de los productos y servicios podrían aumentar (11). Los resultados se presentan en el Cuadro 04.

Al analizar los resultados por grupos de origen se observa que, entre los brasileños encuestados en 2007 y 2008 hubo diferencias respecto de (9) *El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad*; mientras en 2007 coincidían con dicha afirmación, en 2008 ya no concordaban. Asimismo, los resultados indican que este grupo no tiene una postura clara sobre el tema ya que no manifestaron apoyo a la afirmación (9), ni a la presentada en el ítem (10) *El dinero que genera el turismo se lo llevan las empresas externas a la ciudad*.



Cuadro 05: Medio ambiente

Tema: Medio ambiente	2007			2008		
	brasileño	nikkei	media	brasileño	nikkei	media
13. El turismo genera la degradación o destrucción de determinados recursos naturales.	2,89	2,87	2,88	2,45	3,48	2,97

Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre: octubre 2007 a abril 2008

En líneas generales, para los encuestados el medio ambiente no será degradado o destruido por el turismo (Ver Cuadro 05). Aunque, en 2008 los *nikkeis* demostraron estar más conscientes en esta temática, manifestando mayor acuerdo con la afirmación propuesta (2,87 – 3,48).

Cuadro 06: Desarrollo social

Tema: Desarrollo social	2007			2008		
	brasileño	nikkei	media	brasileño	nikkei	media
1. El turismo es beneficioso para mi comunidad	4,36	4,67	4,51	4,33	4,50	4,42
3. El turismo aumentará la delincuencia	2,86	1,83	2,35	2,74	3,02	2,88
12. El turismo incrementará la oferta de ocio para los residentes	4,24	3,77	4	4,17	4,07	4,12

Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre : octubre 2007 a abril 2008

El Cuadro 06 revela que, en líneas generales, la comunidad no comparte la idea que el turismo pueda aumentar los índices de delincuencia de las ciudades. En 2007 los *nikkeis* estaban más seguros de ello (1,83), en 2008 muestran más acuerdo con esa posibilidad (3,02). Todos los encuestados concuerdan con la posibilidad de que el turismo podría ampliar la oferta de ocio beneficiando a los residentes de las ciudades analizadas.

A pesar de algunas percepciones negativas del turismo (pero no engañosas) la comunidad general comparte la sentencia que expresa que (1) *el turismo es beneficioso para mi comunidad*.

En la última parte la encuesta, fuera preguntada: cuál es la principal motivación del turismo; y sobre los ingresos de la comunidad, según la opinión de los encuestados.

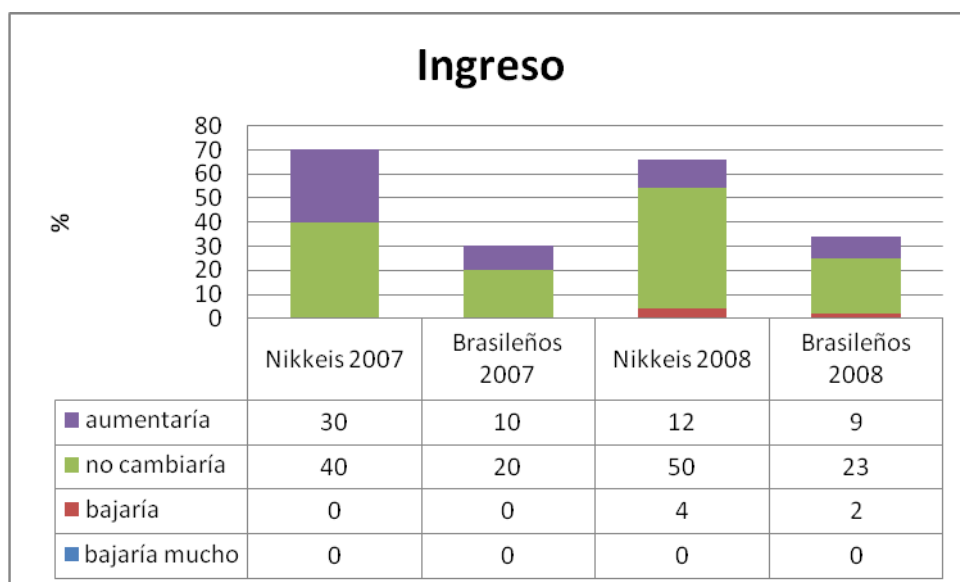
Según la opinión de los entrevistados (2007), la principal motivación para hacer turismo en el Norte del Paraná es la cultura, el 40% de los encuestados compartió esa opinión (25% *nikkeis* y 75% brasileños). En segundo lugar, 32% de la opinión general, se ubican los estudios, eventos y negocios, (37,5% *nikkeis* y 62,5% brasileños).

En 2008, el 48% de los encuestados continúa considerando que la cultura es el principal recurso para atraer turistas a las ciudades del Norte del Estado (27% *nikkeis*, 73% brasileños). La segunda motivación más apuntada por los encuestados mantiene la opinión del año anterior: por estudios, eventos y negocios, 22% de la opinión general (30% *nikkeis* y 70% brasileños).

Cabe destacar que, en 2008 surgen en las respuestas las razones deportivas como motivación para visitar las ciudades del Norte del Estado de Paraná, mencionadas por el 10% de los encuestados. Este cambio puede obedecer a la realización del Campeonato Brasileño de Fútbol (nacional) en las ciudades analizadas. En el mismo año, 8% de los encuestados no respondieron la encuesta, contra 5% del año anterior.

De todas las preguntas formuladas en la encuesta, la que arrojó interesantes conclusiones respecto de la percepción real de la comunidad, indagó cuánto se verían afectados los ingresos familiares ante la expansión de la actividad turística. En 2007 el 60% de los encuestados afirmaron que su economía familiar no sufriría cambios; sin embargo, en 2008 el 73% compartían esta opinión. Como se observa en el Gráfico 4.3. la mayoría de estas respuestas fueron aportadas por *nikkeis*,

Gráfico 4.4: Ingreso



Elaboración propia.

Fuente: Relevamiento de campo realizado entre: octubre 2007 a abril 2008

La información presentada hasta aquí permite inferir que para los encuestados, el turismo no se referencia claramente en sus vidas y en su cotidiano. Es como si sus vidas no fueran afectadas con la posibilidad de desarrollo del turismo.

En ese sentido, cuando se los consulto sobre las acciones necesarias para potenciar el turismo en el norte del Estado, muchos no contestaron (22%), el resto destaca la promoción del destino y la construcción de infraestructura.

## 4.2 DELPHI

Después de tres (3) años de investigación, concluidas las festividades del IMIN 100, mientras algunos de los equipamientos proyectados para la festividad aún no se han habilitado, como el Parque del Japón en Maringá, por problemas de presupuesto, del cronograma de obra y de factores políticos. O se encuentran depreciados por la comunidad local, como la Plaza del Japón en Londrina. Las fiestas, el interés por la cultura y por algunos símbolos como la *Pucca*, el *Mangá*, las *Kokeshi*<sup>44</sup>, han crecido entre los jóvenes.

Los resultados obtenidos indican que los japoneses perciben, más que los brasileños, que el turismo puede ser beneficioso a comunidad, generando más trabajo. Y, además que puede contribuir al mantenimiento y divulgación de la cultura japonesa. Esta percepción ha sido importante desde el principio de la investigación, en tanto, si ellos (descendientes de japoneses) no tienen interés de formar parte de la cadena de valor del turismo, no tiene sentido avanzar en cualquier formulación o propuesta inclusiva.

En este punto de la investigación se hizo necesario aplicar la metodología DELPHI, consistente en una consulta a un panel de especialistas que permita orientar las conclusiones. Basados en la historia de las ciudades, su oferta y demanda turística y principalmente por los resultados del IMIN 100, se formularon hipótesis de escenarios futuros. Esta consulta focalizará la atención en aspectos relevantes para la construcción de ciudades cuyo desarrollo económico este vinculado al turismo. Por supuesto, no se espera que este panel de expertos sea

---

<sup>44</sup> Ver ANEXO IV: Glosario.

una muestra probabilística de las distintas áreas de conocimiento involucradas, pero si, una muestra de respuestas intencionales.

Bajo esta premisa, se recurrió a la formulación de escenarios futuros, en tanto abstracciones contextuales multidisciplinarias que permiten imaginar las posibles trayectorias, sociales y económicas, de una sociedad. Según el investigador JANNUZZI (2008), pueden presentarse de tres modelos de escenarios futuros (1) normativo, cuando figuran futuros idealizados o deseados, (2) exploratorios, caracterizan situaciones futuras posibles mediante la simulación encadenada de eventos de probable ocurrencia y posible ruptura de tendencias, (3) referencia, cuando caracterizan la evolución futura como más probable, sobre la base de consensos respecto a los cambios y tendencias dominantes, a desarrollar a medio y largo plazo.

Vale señalar que, la participación voluntaria de estos investigadores fue más compleja de lo que se podría suponer a primera vista. Los formularios se enviaron vía correo electrónico, a cuarenta (40) investigadores y expertos, los mismos se presentan en los ANEXOS II, III, IV, respectivamente. En la primera vuelta, contestaron la convocatoria trece (13) expertos, mientras que la segunda instancia fue respondida por siete (7) de ellos. La identidad de los encuestados siempre fue preservada.

De los encuestados el 43% tenían vínculos con Universidades brasileñas, el 28% con el sector público de planificación y gestión del turismo, 22% con empresas públicas y 7% con consultoras privadas. Entre los expertos académicos o de actuación profesional predominaron (31%) los relacionados con la planificación urbana y regional, el 19% en gestión turística, 16% en estudios urbanos

en general, 13% en estudios turísticos, 6% en desarrollo económico, 6% en geografía urbana, 6% en investigación en turismo y 3% en consultoría ambiental.

Sobre el nivel de conocimiento en las tendencias y determinantes del desarrollo turístico del norte del Estado del Paraná, con énfasis en las ciudades de Maringá y Londrina, el 46% los encuestados declararon acompañar la discusión de la temática, el 38% investigar o trabajar en el tema, el 8% manifestó tener poco conocimiento y, el 8% restante desconocía la temática.

Todos los escenarios fueron creados considerando el periodo 2010 a 2020. La evaluación de los encuestados indicó que, el 86% de los consultados cree muy probable que las políticas e intervenciones urbanas e intraurbanas relacionadas a la accesibilidad y conectividad, como rutas, implementación de aeropuertos internacionales y los planes de reactivar el ferrocarril para transporte de personas, impactaran de forma positiva en el desarrollo turístico de la región.

La mayoría de los consultados admitió las siguientes posibilidades:

1. (86%) la legislación, fiscalización de uso y ocupación del suelo urbano actual, inducirán la ocupación hotelera.
2. Las obras de cualificación urbana ejecutadas para las festividades del IMIN 100 (plaza en Londrina y Parque del Japón en Maringá) fomentarán el turismo cultural.
3. Las ciudades de Maringá y Londrina podrán constituirse en un atractivo turístico internacional por medio de la cultura nipo – brasileña.

Para los encuestados los aspectos y factores determinantes o condicionantes para el desarrollo turístico de la región se centran en la infraestructura urbana y la accesibilidad (16,6%) y la calidad de vida de las ciudades

(16,6%). Los investigadores también apuntaron, el patrimonio histórico y cultural de las ciudades (12,5%) y las políticas públicas (12,5%).

Para los consultados el escenario futuro (2010 – 2020) señalado por la mayoría (43%) es el aumento de la demanda, la diversidad y competitividad de la oferta.

## 5. CONSIDERACIONES FINALES

Para dar respuesta a la pregunta inicial de esta tesina, se recurrió a una combinación de metodologías. Incorporando así, conocimientos científicos, datos proporcionados por organismos públicos, páginas web oficiales, relevamientos de campo y la consulta a expertos.

Con todo el expuesto es posible afirmar que **las “Ciudades Japonesas” en Brasil mediante su propia identidad y el marco histórico del IMIN 100, podrán ser un atractivo turístico nacional e internacional**, pero hay mucho trabajo por hacer!

Las ciudades analizadas transmiten una imagen sugerente como destino turístico urbano. Aunque, aun no presentan productos turísticos competitivos, ni atraen un número suficiente de turistas que puedan sacar provecho de los escasos productos disponibles.

Cuando se analiza la demanda turística de la región, el turismo extranjero es muy incipiente, a pesar que los consultados en el panel de expertos indico esta posibilidad. El desarrollo turístico actual se inserta en la escala regional y nacional, a pesar del potencial que poseen los eventos analizados y los elementos patrimoniales presentes en la trama urbana.

La visión de la comunidad indica que, a pesar de no tener una percepción muy clara del turismo y los efectos que la actividad podría acarrear a sus vidas, se declaran favorables al desarrollo del turismo. Por su parte, la demanda expresa el deseo de volver a región y percibe la calidad de vida local.



Resultan sugerente que, a pesar de que la comunidad apoya el turismo y lo mira en forma positiva, no posee real consciencia de los impactos del turismo y cómo podría afectar a su rutina, y el cotidiano de la ciudad. Esto se evidencia en las respuestas relacionadas al medio ambiente. Asimismo, se destacan con particular interés, las respuestas respecto de los ingresos; la mayoría de los encuestados, *nikkeis* y brasileños, no creen que el desarrollo del turismo afecte sus ingresos y economía familiar, es como si la población no se viera afectada en nada.

Existe un fuerte indicador del desarrollo turístico en la región, según los expertos, la legislación actual es suficiente para inducir la inversión en hotelería y así ampliar la oferta de plazas.

Sin embargo, es necesario adoptar medidas de promoción del destino, orientándolas a mantener y fortalecer la identidad cultural del lugar. Asimismo, la gestión del turismo debe centrar la atención en la competitividad y calidad de la oferta, como también en la integración de la población y los visitantes, el mantenimiento e implementación de planes urbanos que faciliten la accesibilidad.

Resulta indispensable construir un camino democrático para el desarrollo local, en el cual el turismo pueda contribuir a la valoración de lo urbano y cultural, mediante la instauración de procesos participativos.

El desarrollo turístico deberá poner especial atención en la escala, atendiendo al fortalecimiento de la identidad local, y un modelo de desarrollo equilibrado. Es importante considerar que el turismo transforma la localidad, con intervenciones sociales, culturales y espaciales. En líneas generales, los proyectos turísticos tienen como objetivo principal la rentabilidad, mediante el aumento de la demanda, las preocupaciones derivadas de la presión que ejerce esa demanda y los

problemas en el medio urbano (seguridad, infraestructura, calificación profesional y otros) suelen estar desvinculados de los proyectos de inversión.

En ese sentido, las ciudades estudiadas necesitan prepararse para enfrentar los problemas urbanos actuales (tráfico, falta de aparcamientos, señalización turística), que se acentuaran con el advenimiento del turismo, Estos y otros problemas deberán preverse en un plan turístico regional, incorporando sendas peatonales, aumentando la conectividad del transporte público, integrando el transporte colectivo, en ese punto el ferrocarril es una óptima opción.

Otro punto a ser considerado es la necesidad de aumentar las plazas de alojamiento, y los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes, los que deberán diseñarse atendiendo las particularidades de los recursos existentes y las necesidades de una demanda cada vez más exigente. Partiendo de la premisa, que las fiestas japonesas tienen carácter ideológico y forman parte de la memoria colectiva, son parte de una historia que contiene intereses espirituales y materiales dinámicos, es indispensable un trato respetuoso y cuidado al momento de incorporarlas al mercado turístico.

Las empresas turísticas de la región podrían valerse de un producto de singular (atractivos nipo – brasileños y locales) que se concentran en un espacio territorial acotado, concentrado en dos islas de desarrollo distantes 100 km, accesible por carreteras y aeropuertos. En ese sentido, resultaría de interés implementar una ruta turística que adopte como eje temático y conductor a las corrientes migratorias que arribaron al Estado de Paraná, en general y la japonesa en particular, exaltando las características culturales del espacio urbano de Maringá y Londrina. Con todo, es fundamental que las empresas turísticas se concienticen de

la existencia de una demanda potencial e implementen acciones de marketing para atraerla.

La imagen turística de la “ciudades japonesas” sólo se consolidará cuando los habitantes y los profesionales de turismo valoricen la diversidad cultural de las ciudades y comprendan su potencial como destino de eventos y de ocio, para realizar actividades culturales. De eso depende del desarrollo del Turismo Urbano en su plenitud.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Dalva R. R., MILONE Guisepppe. **Estatística: aplicada ao turismo e hotelaria**. São Pulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- BERNIER, Enrique Torres (coordinador). **Estructura de mercados turísticos**. Barcelona: Editorial UOC, 2006.
- BARRETO, M. (org.) **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas –SP: Papiros, 2001.
- BOULLÓN, R.C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- BRAGA, D. C. **O Turismo no Espaço Urbano da Cidade de São Paulo: as Fronteiras do Centro Expandido**, Trabalho apresentado ao GT9 “Espaço Urbano e Turismo de Fronteira” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006
- CASTROGIOVANNI, A. C. **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2001.
- CLAVÉ, Salvador Antón (coordinador). **Planificación territorial del turismo**. Barcelona: Editorial UOC, 2005.
- FUNARI, P. P. PINSKY (orgs.) **Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Contexto, 2002. Pag. 35 – 66.
- GRINOVER, L. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GRINOVER, L. A. **Hospitalidade e as Transformações Urbanas**. Universidade de São Paulo: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN, 2008.
- IBGE, **Tendências Demográficas: uma análise da população com base nos resultados dos Censos Demográficos de 1940 e 2000**. (2006)
- JANNUZZI, Paulo de M., JANNUZZI, Nicolao. **Crescimento urbano, saldos migratórios e atratividade residencial**. Archivo. (2008)
- LYNCH, Kelvin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MOURA, Antonio de Paiva, autor del artículo **Turismo e festas folclóricas no Brasil**, en el libro **Turismo e Patrimonio Cultural**.
- NITSCHKE, Gunter. **El jardín japonés**. Madrid: Taschen, 2007.
- Plano Turismo no Brasil: 2007 – 2010**. Gobierno Federal: junho de 2006.
- REGO, Renato Leão. **As cidades plantadas: Os britânicos e a construção da paisagem do norte do Paraná**. Londrina: Humanidades, 2009.
- SAKURAI, Célia. **Os japoneses**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Estudo de Demanda Turística – Londrina, 2005/2006**. Curitiba: 2007.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Estudo de Demanda Turística – Maringá, 2005/2006**. Curitiba: 2007.
- SHOJI, M. (presidente) **Guia da Cultura Japonesa**. São Paulo: JBC, 2004.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. São Paulo: Aleph, 2002. 2ª Ed.

### **Páginas web consultadas:**

Aliança Brasil – Japão. Consultado en: [www.acbj.com.br/](http://www.acbj.com.br/), disponible en junio de 2007.

Agencia de Desarrollo turístico del Norte del Paraná: [www.adetunorp.com.br](http://www.adetunorp.com.br), disponible en marzo de 2009.

Biblioteca Universia. Consultado en: <http://biblioteca.universia.net/> , disponible en junio de 2007.

Ciudades co:hermanas. Consultado en: <http://home.londrina.pr.gov.br>, disponible en junio de 2007.

Etnias. Consultado en: [http://www3.pr.gov.br/e:parana/pg\\_etnias.php](http://www3.pr.gov.br/e:parana/pg_etnias.php), disponible en noviembre de 2007.

Fotos Calil Hadadd. Consultado en: <http://farm4.static.flickr.com/>, disponible en febrero de 2010.

Fotos Poty Lazzarotto. Consultado en: <http://outroladodanoticia.files.wordpress.com/>, disponible en febrero de 2010.

GERALDES, E. **Patrimonio ambiental urbano: atualizando o conceito para um turismo urbano possível**. São Paulo: USP. Consultado em: [www.unibero.edu.br](http://www.unibero.edu.br), disponible en octubre de 2007.

Historia de la inmigración japonesa. Consultado en : [www.culturajaponesa.com.br](http://www.culturajaponesa.com.br), <http://www.imigracaojaponesa.com.br/nossahistoria.html>. Disponible en octubre de 2007.

Historia de la imigración en el Paraná: consultado en: <http://weber.ruiz.googlepages.com/parana.html>

Hoshi matsuri 2008, <http://hoshimatsuri2008.blogspot.com/> , Disponible en agosto de 2008.

IMIN 100, Maringá. Consultado en: [www.maringa.pr.gov.br](http://www.maringa.pr.gov.br), disponible en junio de 2007.

GUERREIRO, Goli. A cidade imaginada – Salvador sob o olhar do turismo. <http://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/192/200>, disponible en septiembre de 2008.

Japón. Consultado en: <http://madeinjapan.uol.com.br/secao/japao:no:brasil>, disponible en junio de 2007.

Mapa del Brasil. Consultado en: <http://www.brasil:turismo.com/geografia.htm>. Disponible en marzo de 2010.

MIZUTA, Erin. MINAMI, Thiago . Caminhos da liberdade. Consultado en: <http://madeinjapan.uol.com.br/2007/07/17/os:caminhos:da:liberdade/>. Disponible en 10 de septiembre de 2007.

Museo Histórico de la Inmigración Japonesa. Consultado en: <http://www.nippobrasil.com.br>, disponible en junio de 2007.

Padrones Arquitectónicos y Urbanísticos del Turismo en Florianópolis. Consultado en: <http://biblioteca.universia.net>, disponible en junio de 2007.

Periódico Nippo – Japao. Consultado en: <http://www.nippobrasil.com.br> disponible en junio de 2007.

Periódico Parana Shimbun. Consultado en: <http://www.paranashimbun.com.br>, disponible en junio de 2007.

Plano Nacional de Regionalização, consultado en <http://www.turismo.gov.br/>, disponible en octubre de 2008.

Recuperación de patrimonio cultural urbano como recurso turístico. Consultado en: <http://www.ucm.es> disponible en junio de 2007.

Secretaria de Turismo do Paraná. Consultado em: <http://www.pr.gov.br/turismo>, consultado en 07 de octubre de 2008.

Turismo Brasil: <http://www.braziltour.com>, consultado en enero de 2009.

YUMI, Cinthia, Yutaka Toyota faz arte no Centenário <http://www.japaobrasil.com.br> Disponible en septiembre de 2007.

World Turism Organization, <http://www.unwto.org>, disponible en junio 2008.

### **Bibliografía consultada**

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

BAHL, Miguel. **Fatores Ponderáveis no Turismo: sociais, culturais e políticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BARRADO, Diego A. CALABUIG J. (org.) **Geografía Mundial del Turismo**. Madrid: Editorial Santesis. Pag. 152:163.

BOULLÓN, R.C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2000.

RODRIGUES, A. B. **Turismo: Desenvolvimento Local**. São Paulo: Hucitec, 2002.

ROSCOCHE, Luiz Fernando BARRETO Margarida. **A distribuição espacial da infra:estrutura turística no perímetro urbano do município de Canela – RS** e sua influência sobre os habitantes locais. In: Anuário de pesquisa do programa de mestrado de Turismo 2005. Caxias do Sul, RS: Edusc, 2006.

TELES, R. M. de Sá. **TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria**. (tesis de doctorado) São Paulo: 2006

VIEIRA, M. L. **Turismo Urbano – Práticas e Perspectivas**, Rio Claro: UNESP, 2005

YÁZIGI, E. *et al.* **Turismo: Espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

## ANEXO I

Cuestionario realizado a los visitantes de la fiesta Nipo – Brasileira para analizar su Opinión sobre desarrollar el turismo en la ciudad de Maringá. Agosto de 2007

Buenos días, estamos realizando un estudio sobre el potencial turístico de la ciudad de Maringá, y nos gustaría conocer su opinión. Tardaremos cinco minutos aproximadamente.

Le voy a hacer unas afirmaciones y quiero que las valore del 1 al 5 según su grado de conformidad, con las mismas, de forma que si me dice 1 es que no está de acuerdo con lo que yo le he dicho, y así hasta 5 que indicaría que está completamente de acuerdo

	Muy en Desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sabe / No contesta
El turismo es beneficioso para mi comunidad						
Gracias al turismo se crearan más trabajo para la gente local						
Con el turismo aumentará la delincuencia						
El turismo generará un cambio importante de la cultura nipónica local.						
El turismo estimula la creación de empresas interesadas en invertir en la ciudad						
El turismo servirá de mantenimiento y divulgación de la cultura japonesa.						
Sirve para estimular la artesanía y la cultura local						
El turismo podrá fortalecer la imagen de “ciudad japonesa”						
El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad						
El dinero que genera el turismo se lo llevan las empresas externas a la ciudad.						
Los precios de los artículos podrán aumentar debido al turismo.						
El turismo implicará la oferta de ocio para los residentes						
El turismo genera la degradación o destrucción de determinados recursos naturales.						
El turismo incentiva la conservación de determinados monumentos históricos						

**En su opinión cual es la principal motivación para el turismo en la ciudad?**

Razones culturales	<input type="checkbox"/>
Razones educacionales o profesionales	<input type="checkbox"/>
Razones étnicas	<input type="checkbox"/>
Razones deportivas	<input type="checkbox"/>
Razones física	<input type="checkbox"/>
Razones religiosa	<input type="checkbox"/>

**Qué podría ser hecho para potencializar el turismo?**

**Con el turismo, su ingreso podría ser afectado?**

Bajaría mucho	<input type="checkbox"/>
Bajaría	<input type="checkbox"/>
No cambiaría	<input type="checkbox"/>
Aumentaría	<input type="checkbox"/>

*Para encerrar, necesitamos que informe algunos datos personales. Informamos que la encuesta es anónima y los datos no serán utilizados para otra finalidad que no sea la investigación.*

Idad. _____	Hombre	Mujer	Descendència japonesa
			<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
¿Dónde vives?		Ciudad	
¿Cuál es tu profesión?			



## ANEXOS II

### Primera vuelta

#### **Perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010:2020**

Estamos enviando esta encuesta con el objetivo de captar su apreciación acerca de las perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina. Esta actividad forma parte de una investigación que se enmarca en el Máster sobre Planificación, Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible, y entre otros objetivos, pretende probar la metodología alternativa – DELPHI, para incorporar la opinión de expertos de distintos sectores de planeamiento urbano y gestión del territorio y del turismo.

Estimaría mucho su gentileza y disponibilidad en contestar esta encuesta y enviarla nuevamente. Si prefiere podrá contestar en el archivo anexo o en el propio email. No es necesario identificarse. Los resultados parciales y finales de la investigación serán comunicados a todo el panel de especialistas, sin cualquier cruce que pueda identificar a los encuestados.

Desde ya, agradezco su colaboración por cualquier material o comentario escrito que usted desee anexar a esta encuesta.

1. Tipo de institución de tu vínculo de trabajo o investigación:  
1. Universidad  
2. Centro de investigación  
3. Entidad pública de planeamiento e gestión del turismo  
4. Empresa pública  
5. Empresa de consultoría  
6. Otros: \_\_\_\_\_
2. Área de investigación o de actuación profesional predominante (indique una o más alternativas):  
1. Planeamiento urbano/regional  
2. Estudios urbanos en general  
3. Estudios de turismo en general  
4. Gestión turística  
5. Desarrollo económico  
6. Estudios de la cultura nipo:brasileña  
7. Mercado de trabajo  
8. Geografía urbana  
9. Otros: \_\_\_\_\_
3. Como usted califica su nivel de conocimiento de las tendencias y determinantes referente al desarrollo turístico del norte y noroeste del Estado del Paraná, con énfasis en las ciudades de Maringá y Londrina (indique apenas una alternativa):  
1. Investigo o trabajo en la temática  
2. Acompaño la discusión  
3. Conozco un poco  
4. No conozco el tema
4. En su opinión, en 2010 – 2020, las políticas e intervenciones urbanas e intraurbanas relacionadas a movilidad (obras en el sistema viario, desvíos, aeropuertos internacionales, ferrocarril ) son impactos positivos en el desarrollo turístico de la región?  
1. Si, es muy probable  
2. Es posible  
3. Es poco probable  
4. No se/ prefiero no opinar ahora
5. En su opinión, en 2010:2020, la legislación y fiscalización del uso y ocupación del suelo, en la forma que se realiza normalmente en las ciudades, podrá inducir a la ocupación hotelera de Maringá y Londrina?  
1. Si, es muy probable  
2. Es posible  
3. Es poco probable  
4. No se/ prefiero no opinar ahora
6. En su opinión, las obras de calificación urbana ejecutadas para la festividad del IMIN 100 (plaza en Londrina, Parque del Japón en Maringá, entre otras), podrán fomentar en turismo cultural en la región?

- 1. Si, es muy probable
  - 2. Es posible
  - 3. Es poco probable
  - 4. No se/ prefiero no opinar ahora
7. En su opinión, las ciudades de Maringá y Londrina podrán ser un atractivo turístico internacional por medio de la cultura nipo:brasileña?
- 1. Si, es muy probable
  - 2. Es posible
  - 3. Es poco probable
  - 4. No se/ prefiero no opinar ahora
8. Que aspectos, factores o cuestiones usted considera más determinantes o condicionantes para el desarrollo turístico de la región que engloba las ciudades de Maringá y Londrina?
- 1. Patrimonio histórico cultural
  - 2. Infraestructura urbana/movilidad
  - 3. Calidad de vida
  - 4. Oferta de productos turísticos
  - 5. Diversidad de potencialidades turísticos
  - 6. Promoción y comercialización de productos
  - 7. Otros \_\_\_\_\_
  - 8. Otros \_\_\_\_\_
  - 9. Otros \_\_\_\_\_
9. En caso que deba optar por uno de los escenarios de desarrollo turístico para la región de las ciudades de Maringá y Londrina, cual usted consideraría más adecuado para el periodo de 2010 – 2020:
- 1. Aumento de la demanda, por la gestión articulada y pautada de los criterios de sostenibilidad.
  - 2. Aumento de la demanda, por la diversificación y competitividad de la oferta.
  - 3. Disminución de la demanda, por el aumento de los problemas de infraestructura urbana (sistema vial y saneamiento básico), falta de calificación de los prestadores de servicios, y de la mano de obra especializada.
  - 4. Disminución de la demanda, por la falta de calificación de lo espacio generado por la falta de gestión turística articulada y participativa.
  - 5. Otro: \_\_\_\_\_
10. Comentarios, críticas y sugerencias:
- 
-

## ANEXOS III – A

### Segunda vuelta

#### **Perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010:2020**

Estimado colega,

Dando continuidad al proceso de consulta a especialistas e investigadores a respecto de las perspectivas de desarrollo turístico en las ciudades de Maringá y Londrina 2010 – 2020, le envío los resultados de la primera vuelta de la consulta, y su respuesta.

Esta segunda vuelta, y última, posibilita que usted revalúe sus respuestas comparando con el parecer de los otros investigadores.

Estimaría mucho su gentileza y disponibilidad en contestar a esa encuesta y remitir el cuestionario por email.

Tal cual, lo formulado en la consulta anterior, no hay necesidad de identificarse. Los resultados parciales y finales de la investigación serán comunicados a todo el panel de expertos, sin cualquier cruce que permita la identificación de los encuestados.

Desde ya, agradezco su colaboración por cualquier material o comentario escrito que usted desee anexar a esta encuesta.

Importante:

**P = opinión de los expertos**

**1R = la opinión tuya, en la primera vuelta**

**2R= segunda vuelta**

4. En la opinión tuya, en 2010 – 2020, las políticas e intervenciones urbanas e intraurbanas relacionadas a movilidad (obras en el sistema vial, desvíos, aeropuertos internacionales, ferrocarril) son impactos positivos en el desarrollo turístico de la región?

- |     |       |     |                        |
|-----|-------|-----|------------------------|
| P   | 1R    | 2R  |                        |
| ( ) | (82%) | ( ) | 1. Si, es muy probable |
| ( ) | (15%) | ( ) | 2. Es posible          |
| ( ) | (0%)  | ( ) | 3. Es poco probable    |
| ( ) | (0%)  | ( ) | 4. No se               |

5. En su opinión, en 2010:2020, la legislación y fiscalización del uso y ocupación del suelo, en la forma que se realiza normalmente en las ciudades, podrán inducir en la ocupación hotelera de Maringá y Londrina?

- |     |       |     |                        |
|-----|-------|-----|------------------------|
| P   | 1R    | 2R  |                        |
| ( ) | (8%)  | ( ) | 1. Si, es muy probable |
| ( ) | (69%) | ( ) | 2. Es posible          |
| ( ) | (23%) | ( ) | 3. Es poco probable    |
| ( ) | (0%)  | ( ) | 4. No se               |

6. En su opinión, las obras de calificación urbana ejecutadas para la festividad del IMIN 100 (plaza en Londrina, Parque del Japón en Maringá, entre otras), podrán fomentar en turismo cultural en la región?

- |     |       |     |                        |
|-----|-------|-----|------------------------|
| P   | 1R    | 2R  |                        |
| ( ) | (31%) | ( ) | 1. Si, es muy probable |
| ( ) | (61%) | ( ) | 2. Es posible          |
| ( ) | (8%)  | ( ) | 3. Es poco probable    |
| ( ) | (0%)  | ( ) | 4. No se               |

7. En su opinión, las ciudades de Maringá y Londrina podrán ser un atractivo turístico internacional por medio de la cultura nipo:brasileña?

- |     |       |     |                        |
|-----|-------|-----|------------------------|
| P   | 1R    | 2R  |                        |
| ( ) | (23%) | ( ) | 1. Si, es muy probable |
| ( ) | (54%) | ( ) | 2. Es posible          |
| ( ) | (15%) | ( ) | 3. Es poco probable    |
| ( ) | (8%)  | ( ) | 4. No se               |

8. Que aspectos, factores o cuestiones usted considera más determinantes o condicionantes para el desarrollo turístico de la región que engloba las ciudades de Maringá y Londrina?

P 1R 2R

- ( ) (12%) ( ) 1. Patrimonio histórico cultural
- ( ) (31%) ( ) 2. Infraestructura urbana/movilidad
- ( ) (25%) ( ) 3. Calidad de vida
- ( ) (3%) ( ) 4. Oferta de productos turísticos
- ( ) (9%) ( ) 5. Diversidad de potenciales turísticos
- ( ) (3%) ( ) 6. Promoción y comercialización de productos
- ( ) (6%) ( ) 7. Capacitación de los profesionales que trabajan en el sector
- ( ) (3%) ( ) 8. Expansión y mejoramiento en los sectores de prestación de servicios
- ( ) (3%) ( ) 9. Potencialidades de la ciudad – turismo de negocio, del conocimiento que podrán ser generados a través de la descentralización administrativa de la Capital del Estado; o turismo de salud, cultural, factores migratorios y otros.
- ( ) (3%) ( ) 10. Potencialidades de la región – algunos potenciales oriundos del turismo rural y religioso
- ( ) (3%) ( ) 11. Políticas públicas
- ( ) (3%) ( ) 12. Gestión y cualidad en la actividad

9. En caso que tuviera que optar por unos de los escenarios de desarrollo turístico para la región de las ciudades de Maringá y Londrina, cual usted consideraría más adecuado para el periodo de 2010 – 2020:

P 1R 2R

- ( ) (23%) ( ) 1. Aumento de la demanda, por la gestión articulada y pautada de los criterios de sostenibilidad.
- ( ) (61%) ( ) 2. Aumento de la demanda, por la diversificación y competitividad de las ofertas
- ( ) (0%) ( ) 3. Disminución de la demanda, por el aumento de los problemas de infraestructura urbana (sistema vial y saneamiento básico), falta de calificación de los prestadores de servicios, y de la mano de obra especializada.
- ( ) (8%) ( ) 4. Disminución de la demanda, por la falta de calificación de lo espacio generado por la falta de gestión turística articulada y participativa.
- ( ) (8%) ( ) 5. El turismo de las dos ciudades esta direccionado para el turismo de negocio, y hasta que sean elaborados nuevos productos turísticos, la demanda será comandada por las variables del mercado.

Comentarios, críticas e sugerencias:

---

## ANEXOS III – B

### Estadística final

Importante:

**P = opinión de los expertos**

**1R = la opinión tuya, en la primera vuelta**

**2R= segunda vuelta**

4. En su opinión, en 2010 – 2020, las políticas e intervenciones urbanas e intraurbanas relacionadas a movilidad (obras en el sistema viario, desvíos, aeropuertos internacionales, ferrocarril) son impactos positivos en el desarrollo turístico de la región?

P 1R 2R

(82%)  (86%) 1. Si, es muy probable

(15%)  (0%) 2. Es posible

(0%)  (0%) 3. Es poco probable

(0%)  (14%) 4. No se

5. En su opinión, en 2010:2020, la legislación y fiscalización del uso y ocupación del suelo, en la forma que se realiza normalmente en las ciudades, podrán inducir en la ocupación hotelera de Maringá y Londrina?

P 1R 2R

(8%)  (0%) 1. Si, es muy probable

(69%)  (86%) 2. Es posible

(23%)  (14%) 3. Es poco probable

(0%)  (0%) 4. No se

6. En su opinión, las obras de calificación urbana ejecutadas para la festividad del IMIN 100 (plaza en Londrina, Parque del Japón en Maringá, entre otras), podrán fomentar en turismo cultural en la región?

P 1R 2R

(31%)  (29%) 1. Si, es muy probable

(61%)  (71%) 2. Es posible

(8%)  (0%) 3. Es poco probable

(0%)  (0%) 4. No se

7. En su opinión, las ciudades de Maringá y Londrina podrán ser un atractivo turístico internacional por medio de la cultura nipo-brasileña?

P 1R 2R

(23%)  (14%) 1. Si, es muy probable

(54%)  (54%) 2. Es posible

(15%)  (29%) 3. Es poco probable

(8%)  (0%) 4. No se

8. Que aspectos, factores o cuestiones usted considera más determinantes o condicionantes para el desarrollo turístico de la región que engloba las ciudades de Maringá y Londrina?

P 1R 2R

(12%)  (12,5%) 1. Patrimonio histórico cultural

(31%)  (16,6%) 2. Infraestructura urbana/movilidad

(25%)  (16,6%) 3. Calidad de vida

(3%)  (4,2%) 4. Oferta de productos turísticos

(9%)  (4,2%) 5. Diversidad de potenciales turísticos

(3%)  (4,2%) 6. Promoción y comercialización de productos

(6%)  (4,2%) 7. Capacitación de los profesionales que trabajan en el sector

(3%)  (8,3%) 8. Expansión y mejoramiento en los sectores de prestación de servicios

(3%)  (4,6%) 9. Potencialidades de la ciudad – turismo de negocio, del conocimiento que podrán ser generados a través de la descentralización administrativa de la Capital del Estado; o turismo de salud, cultural, factores migratorios y otros.

(3%)  (4,2%) 10. Potencialidades de la región – algunos potenciales oriundos del turismo rural y religioso

(3%)  (12,5%) 11. Políticas públicas

(3%)  (8,3%) 12. Gestión y cualidad en la actividad

9. En caso que tuviera que optar por unos de los escenarios de desarrollo turístico para la región de las ciudades de Maringá y Londrina, cual usted consideraría más adecuado para el periodo de 2010 – 2020:

P 1R 2R

(23%)  (14%) 1. Aumento de la demanda, por la gestión articulada y pautada de los criterios de sostenibilidad.

- ( ) (61% ) (43%) 2. Aumento de la demanda, por la diversificación y competitividad de las ofertas
- ( ) ( 0% ) ( 0% ) 3. Disminución de la demanda, por el aumento de los problemas de infraestructura urbana (sistema vial y saneamiento básico), falta de calificación de los prestadores de servicios, y de la mano:de:obra especializada.
- ( ) ( 8% ) (14% ) 4. Disminución de la demanda, por la falta de calificación de lo espacio generado por la falta de gestión turística articulada y participativa.
- ( ) ( 8% ) (29% ) 5. El turismo de las dos ciudades esta direccionado para el turismo de negocio, y hasta que sean elaborados nuevos productos turísticos, la demanda será comandada por las variables del mercado.

Comentarios, críticas e sugerencias:

---

## ANEXO IV: Glosario

Fotos fuente: <http://images.google.com.br>

**Bon:odori:** danza folclórica colectiva tradicional japonesa. *Odori* se desarrolla en las danzas de pueblo, más dinámico, relacionada a una danza con saltos.

**Bonsai:** técnica de hacer árboles en miniaturas

**Dekasseguis:** aquel que se radica temporalmente en otra localidad para trabajar como mano de obra directa.

**Gaijin:** extranjero.

**Gueisha:** mujer capacitada en modalidades artísticas que ofrece entretenimiento a los acompañantes.

**Ikebana:** composición de flores

**Isei:** primera generación de japoneses nacidos fuera del Japón.

**Judo:** lucha olímpica de combate y defensa.

**Kachigumi:** surgido en los primeros años después de la Segunda Guerra Mundial en el Brasil, inmigrantes que creían en la “no derrota” del Japón y peleaban con los *Makegumi*.



**Kokeshi** – muñeca tradicional japonesa hecha en madera.



**Koi:nobori:** mástil adornado con pez (carpa) de colores hechos de papel o tela para festejar el día del niño.

**Kasato:maru:** barco donde llegaron los primeros japoneses al Brasil.



**Mangá:** historias en *cartoon* japoneses; estilo de diseño.

**Makegumi:** vide *Kachigumi*. (*make* derrota + *gumi* grupo)

**Matsuri:** festival, fiesta, celebración.

**Matsuri Dance:** danza de los jóvenes nikkei, mezcla música japonesa contemporánea, con taiko y bailan el ritmo actual con gestos tradicionales de los rituales japoneses.

**Nikkei:** hijos de japoneses nacidos en el Brasil. Descendiente de japonés.

**Nissei:** segunda generación de descendientes nacido fuera del Japón.

**Ofuro:** tina de madera para el tradicional baño japonés.

**Origami:** el arte de doblar papel



**Pucca:** personaje de los dibujos animados japoneses.

**Quimono:** pieza tradicional del vestuario de corte recto que se cierra cruzada en el frente, por medio de un cinturón.

**Sakura:** Árbol símbolo del Japón; florece pocos días al año, cuando tiene flores se realiza la *sakura:matsuri*.

**Sansei:** tercera generación de descendiente de japoneses nacida fuera del Japón.

**Sumiê:** pintura hecha con tinta *nanquín*

**Suzuranto:** luminarias típicas

**Tanabata:** fiesta de las estrellas, fecha tradicional 7 de junio, donde son hechos deseos en papeles de colores y atados en gallos de bambú.



**Taiko:** tambores japoneses

**Torii:** portal sintoísta



**Tsuru :** cigüeña realizada en *origami*.

**Undoukai:** reunión o encuentro de deportes, que tradicionalmente se desarrolla en las escuelas japonesas, es practicada en el Brasil en los clubes o asociaciones de descendientes japoneses.

**Yonsei:** cuarta generación de descendientes de japoneses nacidos fuera del Japón.