

TURISMO E EVENTOS DE CULTURA POP JAPONESA: IMPACTES E SINERGIAS INTERCULTURAIIS

FILIPE SEGURADO SEVERINO^{1,2} 

FRANCISCO SILVA^{1,3} 

JOSÉ MANUEL SIMÕES³ 

RESUMO – A autenticidade e a riqueza dos conteúdos são elementos cada vez mais diferenciadores para a afirmação dos destinos. A globalização tem incentivado a partilha intercultural e a cultura *pop* japonesa é um bom exemplo, ao expandir-se para todo o mundo, influenciando eventos e deslocações de fãs entre destinos pela sua variedade de elementos que atraem a atenção de diversos públicos. Este artigo analisa a relação entre turismo, eventos e a cultura *pop* japonesa, explorando a potencialidade turística desta tendência e os impactes dos eventos relativos a esta cultura, quer seja para o destino anfitrião, como para a origem destes conteúdos. Para além de uma profunda revisão da literatura, esta investigação é sustentada por uma abordagem mista, qualitativa e quantitativa, recorrendo a observações diretas e participantes a alguns dos maiores eventos desta temática, questionários a participantes de diferentes nacionalidades e entrevistas a diversos *stakeholders*. Os resultados permitem evidenciar que esses eventos desempenham um papel significativo na promoção do turismo de conteúdos, conectando culturas e promovendo relações sólidas entre diferentes nações. São evidenciados vários impactes e oportunidades associadas a estes eventos, que se distinguem pela multiplicidade de atividades e o seu carácter ativo e social.

Palavras-chave: Cultura *pop* japonesa; eventos; impactes; turismo; turismo de conteúdos.

ABSTRACT – TOURISM AND JAPANESE POP CULTURE EVENTS: INTERCULTURAL IMPACTS AND SYNERGIES. Authenticity and the quality of content are becoming progressively more distinguishing characteristics for affirming destinations. Globalization has promoted cultural exchange, and Japanese pop culture is an example. Due to its diverse elements that captivate different audiences, it has spread worldwide, causing fan movements, and influencing various events. This article examines the relationship between tourism, events, and Japanese pop culture, assessing the tourism potential of this trend and its effects on the destination and source. Through direct and participant observations at some of the most prominent events on this subject, questionnaires to participants from different nationalities, and interviews with Japanese pop culture event organizers, researchers in this field, enthusiastic participants, and other stakeholders, the optimal understanding of the relationship between this trend and events and tourism, still few explored, was achieved. It is disclosed that these events contribute significantly to the promotion of content tourism, the fostering of strong international relations, and the connection of cultures. The success of events conducted beyond one's home region is notably influenced by a multitude of continuous impacts and opportunities. These include the dynamic and social atmosphere of the events, which facilitates travel both within and between countries.

Keywords: Japanese pop culture; events; impacts; tourism; content tourism.

RESUMEN – EVENTOS DE TURISMO Y CULTURA POP JAPONESA: IMPACTOS INTERCULTURALES Y SINERGIAS. La autenticidad y la riqueza de los contenidos son cada vez más elementos diferenciadores para la afirmación de los destinos. La globalización ha fomentado el intercambio intercultural y la cultura *pop* japonesa es un buen ejemplo, ya que se ha expandido por todo el mundo, influyendo en eventos y movimientos de fans entre destinos debido a su variedad de elementos que atraen la atención de diferentes públicos. Este artículo analiza la relación entre turismo, eventos y cultura *pop* japonesa, explorando el potencial turístico de esta tendencia y los impactos de los eventos que la exploran, ya sea para el destino anfitrión o para el origen de este contenido. A través de un estudio que utilizó observaciones directas y participantes en algunos de los eventos más importantes sobre este tema, cuestionarios a participantes de diferentes nacionalidades y entrevistas con organizadores de eventos de cultura *pop* japonesa, investigadores en esta área, participantes ávidos y otras partes interesadas, se logró la interpretación ideal de la relación entre esta tendencia y los eventos y el turismo, aún poco explorada. Se revela que estos eventos juegan un papel

Recebido: 20/10/2023. Aceite: 19/05/2024. Publicado: 07/06/2024.

¹ Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Avenida Condes de Barcelona, 808, 2769-510, Estoril, Portugal. E-mail: filipe.severino@eshte.pt

² Center for Regional Resilience and Sustainability, Campus do IPS - Estefanilha, 2910-761, Setúbal, Portugal

³ Centro de Estudos Geográficos, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal. E-mail: francisco.silva@eshte.pt, jmsimoes@campus.ul.pt

importante en la promoción del turismo de contenidos, conectando culturas y promoviendo relaciones sólidas entre diferentes naciones. Al tener una serie de impactos y oportunidades asociados, la multiplicidad de actividades y el carácter activo y social de los eventos destacan por el éxito de eventos fuera de su región de origen, permitiendo viajes dentro de un país y a través de fronteras.

Palavras clave: Cultura *pop* japonesa; eventos; impactos; turismo; turismo de contenidos.

I. INTRODUÇÃO

A globalização desempenha um papel significativo no contexto do turismo, moldando aspetos culturais, políticos e económicos, provocando mudanças nos processos de produção e no consumo turístico (Choudhury, 2022; Ferraz, 2017; Patiño *et al.*, 2016; Raikhan *et al.*, 2014). Neste contexto, a autenticidade e a cultura podem ser consideradas elementos diferenciadores que estimulam os viajantes a estabelecer contato direto com as raízes das representações culturais (Seaton & Yamamura, 2015), como se podem externalizar, disseminando-se para outros territórios, reforçando a atratividade de outros destinos.

Um exemplo deste cenário é a cultura *pop* japonesa, uma cultura que cada vez ganha reconhecimento a nível mundial devido a elementos como videojogos, a sua animação ou banda desenhada típica, sendo reconhecido como um mercado cultural distinto e único (Jenkins, 2004). Aliás, devido a uma vasta abrangência de elementos como *anime* (animação japonesa), *manga* (banda desenhada japonesa), videojogos, moda e música, a cultura *pop* japonesa tem vindo a afirmar-se como um elemento de atração e de captação de visitantes para o Japão e simultaneamente para destinos que têm apostado na organização de eventos desta temática (Kawamata *et al.*, 2017; Rich, 2011; Seaton & Yamamura, 2015; Simeon, 2006). O próprio governo japonês reconheceu este potencial e aposta na cultura *pop* japonesa e dos eventos com esta temática, como instrumentos de estratégia de *soft power* e de promoção do destino (Craig, 2020; Lamerichs, 2013; Sabre, 2013; Tajima, 2018). O "turismo de conteúdos", segundo Sabre (2013) e Seaton *et al.* (2017), partilha similaridades com o "turismo induzido por filmes", mas distingue-se por ser mais abrangente, ao englobar narrativas de diversos meios, como filmes, séries, jogos, livros e outros, focados na atração de narrativas, personagens e locais (McKercher & Cros, 2002; Seaton & Yamamura, 2015).

A globalização tem facilitado a disseminação internacional da cultura *pop* japonesa, com muitos países a transmitir o *anime* e outros elementos nos seus *media*, o que contribui para a sua expansão a nível mundial (Esposito, 2011; Rich, 2011; Shōji, 2010). A difusão destes eventos para outros países, repercute-se em impactes positivos para os locais onde ocorrem, gerando fluxos de visitantes que contribuem para a dinamização da economia local (Kawamata *et al.*, 2017; Sabre, 2013; Sabre, 2016; Tajima, 2018). Atualmente, mais de duzentos eventos oficiais relacionados à cultura *pop* japonesa são realizados anualmente em todo o mundo (Kawamata *et al.*, 2017; Severino & Silva, 2023). Os eventos de cultura *pop* japonesa constituem uma categoria que engloba diversas áreas temáticas, refletindo a sua vasta diversidade como danças, conferências, *workshops*, exibições de *anime*, lançamentos de *manga*, concursos de moda, videojogos e performances diversas (Sabre, 2013). O seu público inclui tanto entusiastas apaixonados, como pessoas curiosas sobre diferentes elementos da cultura *pop* japonesa (Tajima, 2018).

A conexão entre cultura *pop* japonesa, eventos e turismo transcende barreiras geográficas. Com efeito, percebe-se que os eventos de cultura *pop* japonesa desempenham um papel de destaque na disseminação desta cultura, com impactes diretos a nível da promoção do destino Japão e dos destinos onde ocorrem estes eventos, fomentando assim a relação turística e cultural entre nações. Esta investigação pretende analisar e validar a importância da cultura *pop* japonesa e dos seus eventos, especialmente no contexto dos destinos turísticos. Adicionalmente, pretende-se estabelecer os fundamentos para desenvolver propostas que melhorem as oportunidades destes eventos, visando fortalecer a ligação cultural e turística entre os países envolvidos.

Após introduzir o referencial teórico e o modelo conceptual que relaciona o turismo, eventos e a cultura *pop* japonesa, e da explanação dos métodos empíricos utilizados, são apresentados os resultados obtidos através de uma abordagem empírica mista, sustentada em entrevistas, observações diretas e questionários, tendo como amostra diversos *stakeholders* associados aos maiores eventos de cultura *pop* japonesa a nível mundial. Segue-se a discussão e triangulação dos resultados, destacando a relevância destes eventos na promoção da cultura e do turismo.

Há uma vasta literatura sobre a cultura *pop* japonesa, com um número significativo de trabalhos que exploram a ligação com o turismo, mas poucos centrados nos eventos (Bento & Moreira, 2018; Brazo & Filho, 2018; Close, 2018; Hashimoto, 2011; Kawamata *et al.*, 2017; Lamerichs, 2013; Reysen *et al.*, 2018; Sabre, 2016; Simeon, 2006; Tajima *et al.*, 2022; Woo *et al.*, 2020; Yamato, 2016). Apesar da ausência de estudos que abordem integralmente o escopo desta investigação, os trabalhos de Kawamata *et al.* (2017) e Tajima *et al.* (2022), focados nos eventos de cultura *pop* japonesa, são identificados como referências essenciais.

A intersecção entre turismo, eventos e cultura *pop* japonesa é ainda um campo pouco explorado, representando uma área de investigação pertinente, que se desenvolve neste estudo. Para além desta especificidade, este estudo destaca-se dos restantes, pela singularidade dos seus objetivos, por incorporar uma ampla gama de *stakeholders* e por estabelecer a interligação entre os destinos onde se realizam os eventos e o Japão. A justificação para este estudo reside ainda na crescente difusão desta cultura e dos seus eventos, que geram movimentos turísticos cada vez mais expressivos.

II. TURISMO, EVENTOS E A CULTURA POP JAPONESA

A relação entre turismo e eventos é uma interação complexa e mutuamente benéfica, que já advém desde a antiguidade (Getz & Page, 2020). O turismo envolve a deslocação de pessoas em busca de experiências em locais específicos. Os eventos são, neste sentido, um produto privilegiado. Para além de servirem como motivações para a deslocação, contribuem para a economia local, são importantes veículos de comunicação e diferenciação para os destinos e permitem valorizar a experiência turística (Getz, 2008; Taheri *et al.*, 2021).

Estratégias de *marketing* que enfatizam inovação, criatividade, autenticidade e exotismo são essenciais para criar eventos memoráveis e atraentes (Beech *et al.*, 2014; Chhabra *et al.*, 2003; Lockstone-Binney *et al.*, 2013; McCartney & Osti, 2007; Skavronskaya *et al.*, 2020). Nas últimas décadas, os eventos focados na cultura *pop* japonesa são um exemplo de eventos que se destacam em termos de exotismo, criatividade e autenticidade (Kawamata *et al.*, 2017; Severino, 2022). A “expressão da essência do Japão moderno”, ou a reconhecida cultura *pop* japonesa, emerge atualmente com uma visão holística em termos de constituintes, com uma pluralidade de opções que vão desde séries de animação e banda desenhada específicas, cinema, moda, videojogos e *merchandising*, desempenhando um papel proeminente no reconhecimento internacional (Freedman & Slade, 2018; Kawamata *et al.*, 2017; Sheehan, 2017). Para as culturas externas, esta cultura é considerada exótica, atrativa e com uma multiplicidade de elementos, sendo facilmente globalizada e procurada pelos públicos mais diversos, devido à sua facilidade de conexão, seja qual for a idade (Condry, 2013; Craig, 2015; Denison, 2010; Napier, 2005; Tajima, 2018). Este reconhecimento a nível internacional estimulou a difusão da oferta de eventos em torno desta temática tanto no país de origem desta cultura, como em muitos outros países (Esposito, 2011; Rich, 2011; Shōji, 2010). Estes eventos tornam-se assim “reflexos” desta variante da cultura japonesa, proporcionando aos visitantes uma experiência holística imersiva nos múltiplos elementos presentes da cultura *pop*, sejam o *anime*, *manga*, *cosplay* (ou seja, personificar uma personagem desta temática), música, videojogos ou gastronomia (Freedman & Shade, 2018; Kawamata *et al.*, 2017; Tajima, 2018).

Estes eventos temáticos não só promovem a cultura japonesa no exterior, mas também geram um interesse crescente em visitar o Japão (Seaton *et al.*, 2017). Isso resulta numa forma de turismo conhecida como “turismo de conteúdos” (turismo motivado por histórias e conteúdos diversos), ou mais especificamente, “turismo *otaku*” (turismo motivado essencialmente pelos elementos da cultura *pop* japonesa), onde os fãs destas temáticas viajam para explorar as origens da cultura que admiram, visitando locais emblemáticos e participando em eventos relacionados à cultura *pop* japonesa (Brazo & Filho, 2018; Okamoto, 2015; Seaton & Yamamura, 2015; Yamamura, 2015). São igualmente momentos propícios para os seus participantes aumentarem a conexão com os diversos elementos da cultura *pop* japonesa e são ocasiões especiais para a socialização entre fãs, partilhando e vivenciando o momento numa comunidade comum (Denison, 2010; Galbraith, 2019; Lamerichs, 2013; Tajima, 2018).

Em resumo, conforme demonstrado na figura 1, a interação entre turismo, eventos e cultura *pop* japonesa é uma área rica em oportunidades e impactes positivos, contribuindo para a economia local, gerando fluxo de visitantes e são importantes para a diferenciação de destinos e a comunicação de suas identidades culturais (Severino, 2022).

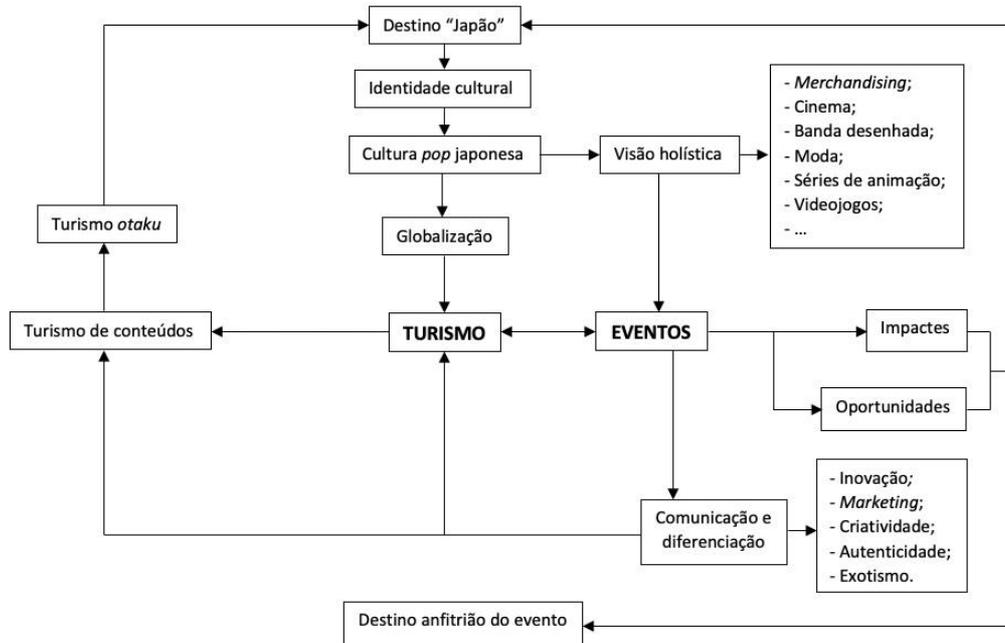


Fig. 1 – Modelo conceitual na relação entre turismo, eventos e a cultura *pop* japonesa.

Fig. 1 – Conceptual model in the relationship between tourism, events, and Japanese *pop* culture.

À medida que o Japão e a sua cultura *pop* japonesa, como elemento da sua identidade cultural, continuam a aliciar audiências a nível mundial devido à sua visão holística, o turismo e os eventos que exploram esta temática desempenham um papel importante na disseminação da cultura japonesa. Aliás, principalmente através dos eventos, existe uma criação de oportunidades para os destinos e seus visitantes quer seja o anfitrião, quer o destino de origem da cultura. Como resultado, a interligação entre turismo, eventos e cultura *pop* japonesa permanece assim como uma área de estudo interessante e repleta de potencial.

III. METODOLOGIA

A presente investigação sobre a perceção do impacte dos eventos de cultura *pop* japonesa envolve uma abordagem tanto qualitativa como quantitativa. O objetivo principal é compreender como estes eventos podem influenciar o turismo e a relação entre destinos turísticos. O estudo abrange a análise dos maiores eventos a nível mundial sobre esta temática, examinando-se a motivação dos consumidores e fãs da cultura *pop* japonesa para participar nestes eventos e o seu possível interesse para viajar até ao Japão. Adicionalmente, exploram-se as opiniões de diferentes *stakeholders* e investigadores a nível internacional sobre esta tendência, de forma a ter a opinião clara de todos os intervenientes. Considerando as características, vantagens e desvantagens de cada método, optou-se por aplicar uma metodologia mista (fig. 2) visando almejar de forma eficaz os objetivos do estudo (Bhattacharya & Acharyya, 2019; Roller & Lavrakas, 2015; Veal, 2018). Recorreu-se a vários métodos empíricos, incluindo a recolha de fontes primárias por meio de entrevistas, questionários e observação direta ou participante:

- i) Entrevistas – Permitiram recolher informação predominantemente qualitativa sobre o impacte destes eventos e sua ligação ao turismo, considerando vários *stakeholders* primários e secundários dos eventos de cultura *pop* japonesa;
- ii) Questionários – Empregues para caracterizar o perfil do público destes eventos e avaliar a sua opinião particularmente sobre as motivações em participarem e se deslocarem para os eventos e para o destino de origem desta cultura;
- iii) Observação direta – Permitiu captar e documentar os eventos de maneira autêntica, espontânea e sistemática. Esta técnica possibilita uma análise detalhada da experiência

dos participantes, além de um entendimento mais profundo dos fatores que motivam as visitas a esses eventos.

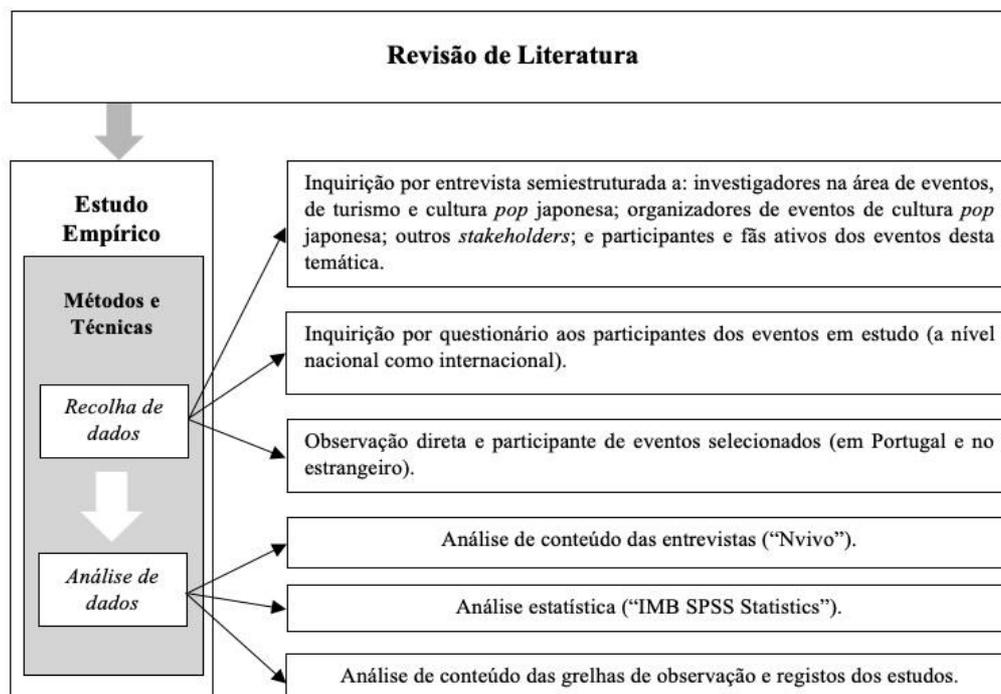


Fig. 2 – O processo de investigação empírica aplicado.

Fig. 2 – The applied empirical research process.

Desta forma, selecionaram-se os principais eventos e mais significativos em termos de participantes de cultura *pop* japonesa a nível internacional, tendo o estudo incidência em eventos como o "Comiket" em Tóquio, o "Anime Expo" em Los Angeles, o "Japan Expo" em Paris, o "Japan Weekend" em Madrid, e as duas edições anuais do "Iberanime" em Portugal. Foram ainda considerados três eventos de pequena dimensão: "Umi Fest" e "Anisama", em Portugal; e o "J-Popcon" na Dinamarca.

A observação direta e participante foi aplicada durante um dos dias das duas edições do "Iberanime" realizados em 2019, e num dos dias do "Japan Expo". Em dias diferentes desses eventos foi realizada observação direta não intrusiva (dois dias na edição portuguesa e três na francesa) para analisar o comportamento dos turistas de maneira objetiva e sistemática. Essa abordagem permitiu avaliar a motivação, satisfação e experiência dos participantes em eventos e ambientes distintos.

As observações foram realizadas desde o período de abertura ao fecho dos eventos, recorrendo a fotografia, notas descritivas e resumos diários das experiências observadas para analisar dinamicamente os locais, programa e participação do público. Nas observações diretas sem intervenção, foi também utilizada uma grelha de observação, adaptada de outros estudos que utilizaram esta técnica (Bento & Moreira, 2018; Kawamata *et al.*, 2017; Lamerichs, 2013; Sabre, 2016; Yamato, 2016), focada em cinco parâmetros: atividade/mecânica; entusiasmo; tipo de público; motivação; e interação.

Embora não tenha sido possível realizar observação direta nos outros eventos internacionais de cultura *pop* japonesa, devido à paralisação do setor durante a pandemia de COVID-19, o presente estudo incluiu entrevistas e questionários nos eventos "Japan Weekend", "Anime Expo" e "Comiket". Estes métodos contribuíram para uma compreensão abrangente das diferenças entre as realidades nacional e internacional.

Utilizando o processo dedutivo da investigação, aplicou-se igualmente a técnica qualitativa de entrevistas a quatro grupos, totalizando 33 entrevistas:

- iv) Seis investigadores a nível internacional especializados em turismo e eventos, cultura japonesa e cultura *pop* japonesa, incluindo "turismo de conteúdos". Dois dos investigadores são japoneses e especialistas no tema e os restantes são membros da academia em Portugal, sendo dois especialistas em turismo e eventos e os outros especialistas em cultura japonesa;

- v) Oito organizadores de eventos de cultura *pop* japonesa, considerando os cinco organizadores dos eventos analisados nesta investigação (“Comiket”, “Anime Expo”, “Japan Expo”, “Japan Weekend” e “Iberanime”), mais dois responsáveis por outros eventos desta temática em Portugal (“Umi Fest” e “Anisama”) e um internacional (“J-Popcon”);
- vi) Sete outras personalidades associadas a estes eventos, distribuídos por: um representante da embaixada japonesa em Portugal; três entidades que comercializam produtos e serviços relacionados com a cultura *pop* japonesa e presentes nos eventos; dois representantes de entidades responsáveis por *sites* de promoção destes eventos e o representante da “Associação de Cosplay” de Portugal;
- vii) Doze fãs da cultura *pop* japonesa, divididos por dois subgrupos: *cosplayers* e fãs casuais, “*core*” ou entusiastas, que tenham participado em, pelo menos, um dos eventos analisados nesta investigação.

As entrevistas foram conduzidas em 2020, principalmente através de videochamadas, utilizando o programa "Zoom". Tendo em consideração que cada um dos quatro grupos de atores em análise tinha especificidades diferentes, optou-se pela conceção de guiões de entrevistas adaptados a cada realidade, numa média de 17 questões, sendo que embora seguissem o mesmo procedimento e enquadramento nas dimensões em estudo, estas ferramentas eram ajustadas às perspetivas dos inquiridos auscultados. Salienta-se que o guião aplicado aos organizadores de eventos, aos outros *stakeholders* dos eventos de cultura *pop* japonesa e aos participantes ativos destes acontecimentos tiveram uma influência pertinente com base nas respostas e conteúdos fornecidos pelo primeiro grupo de análise (que tinha uma média de dez/onze questões), que auxiliaram a construir o guião final para a restante amostra, tendo como base outros estudos na área da cultura *pop* japonesa e eventos ou turismo (Bento & Moreira, 2018; Close, 2018; Jorge & Navio, 2013; Kawamata *et al.*, 2017; Lamerichs, 2013; Palumbo & Calabró, 2017; Reysen *et al.*, 2018; Sabre, 2016; Yamato, 2016).

O corpo dos guiões, subsequente à nota introdutória, estruturou-se através de um leque de questões semi-estruturadas. Iniciou-se com um conjunto de questões sobre a identificação e o contexto profissional do inquirido, bem como à sua ligação com o tema em investigação. Progressivamente, evoluiu-se para questões de carácter mais abrangente, seguindo uma lógica descendente (*top-down*), culminando sempre em questões focadas nas perspetivas e visões futuras do inquirido. As perguntas mais abrangentes iniciaram sempre a partir da segunda dimensão em estudo (distinguindo-se consoante a especialização e área de intervenção do entrevistado) e tiveram o objetivo de analisar a perceção dos intervenientes sobre a cultura *pop* japonesa e os seus eventos, de modo a poder comparar estes dados entre nações e perceber as diferenças entre as informações recolhidas. Seguidamente, avançou-se para as questões mais concretas que levavam a respostas mais consistentes, direcionadas para a especialidade do inquirido (quer seja da organização de um evento em específico, na sua participação de eventos ou da sua opinião sobre a tendência). Posteriormente, abordou-se temas como os fatores de sucesso da cultura *pop* japonesa, impactes, oportunidades latentes, diferenciação com outros eventos e o perfil dos participantes. Nas últimas questões procurou-se recolher informação sobre as predições e melhores estratégias para o sucesso destes eventos e na sua relação com a prática de turismo. Além disso, procurou-se obter opiniões e sugestões pertinentes aos objetivos da investigação.

Por fim, foi aplicado a técnica de inquéritos por questionário, incidida numa amostra significativa de participantes e fãs de eventos de cultura *pop* japonesa em Portugal, complementada por respostas de participantes de eventos em França, Espanha, Estados Unidos e Japão. A aplicação foi realizada *online* e nos diversos idiomas dos países dos inquiridos. Foram consideradas 17 questões, predominantemente fechadas, agrupadas nas seguintes dimensões: i) caracterização dos inquiridos e perfil do participante; ii) motivação para participar nos eventos; iii) nível de satisfação; iv) perceção sobre inovação e unicidade dos eventos; e v) motivação para visitar o Japão. No questionário para os participantes japoneses, esta última dimensão foi adaptada, procurando analisar a motivação para se deslocar a eventos deste tipo em outros países.

Tal como as grelhas de observação, o desenho do questionário teve por base outros estudos (Brazo & Filho, 2018; Cazacu, 2018; Hashimoto, 2011; Jorge & Navio, 2013; Reysen *et al.*, 2018; Sabre, 2016; Simeon, 2006; Woo *et al.*, 2020; Yamato, 2016), sendo adaptado às especificidades desta investigação, que inova ao estabelecer a triangulação entre turismo, cultura *pop* japonesa e eventos.

Os questionários foram disseminados através de canais relevantes, incluindo redes sociais, divulgação por *influencers* e *websites* especializados na temática, recorrendo ao *online* uma vez que o público-alvo deste estudo é familiarizado com a *internet* no seu dia-a-dia. Considerando que o tamanho da população-alvo é desconhecido, composta por indivíduos que já participaram em eventos de cultura *pop* japonesa nos destinos selecionados, optou-se por uma amostragem não-probabilística por conveniência. No total, foram recolhidos e validados 404 questionários distribuídos da seguinte forma: Portugal (200), França (58), Espanha (55), Estados Unidos (51) e Japão (40). Dada a natureza indefinida do universo, a amostra apresenta um nível de confiança de 95% e uma margem de erro máxima de 5%.

Após a recolha de dados, a análise e a sua mútua relação foram exploradas através de programas como "IBM SPSS Statistics" e "Nvivo", com recursos a técnicas de análise de conteúdo e estatística descritiva, com descrições paramétricas e não paramétricas.

IV. RESULTADOS

1. Resumo das observações diretas e participante

Através da observação direta e participante dos eventos "Japan Expo" e das duas edições do "Iberanime", constatou-se uma ampla gama de experiências e atividades em ambos os eventos. No entanto, devido à sua menor escala, o "Iberanime" apresentou um programa mais simplificado com menos atividades simultâneas em comparação com o "Japan Expo". Apesar disso, os dois eventos atraíram uma grande quantidade de visitantes ativos sendo ponto de encontro privilegiado para a comunidade apaixonada pela temática. Entre os participantes, destacam-se os fãs, muitos interpretando personagens através do *cosplay*. A sua dinâmica e disponibilidade para se envolverem com os outros participantes, contribui significativamente para criar um ambiente vibrante. Embora sem grande escala, verificou-se existir alguma presença de participantes estrangeiros, motivados pela oportunidade de ver convidados especiais, explorar a região e participar com *cosplay*.

Em suma, a observação direta e participante dos eventos "Japan Expo" e "Iberanime" demonstrou que ambos atraem uma ampla gama de fãs entusiastas, beneficiando a economia local e fornecendo oportunidades significativas de encontro para os fãs da cultura *pop* japonesa. Apesar das diferenças na programação, com o "Iberanime" apresentando uma abordagem mais simplificada em comparação com o "Japan Expo", ambos os eventos são altamente valorizados pelos participantes e desempenham um papel ativo na promoção dessa cultura em seus respectivos destinos. Efetivamente, a participação ativa e a socialização demonstram-se como os elementos centrais desses eventos, como destacado no quadro I, que resume os principais pontos de análise em cada um deles.

Quadro I – Resumo das grelhas de observação direta dos eventos.

Table I – Summary of direct observation grids of events.

Atividade / mecânica	Diversidade de atividades elevada: compras, dança, desporto, concertos, <i>workshops</i> , fotografias, massagens, gastronomia, debates, competições, videojogos, entre outros.
Entusiasmo <i>(nº de pessoas a realizar a tarefa e o seu ânimo)</i>	Constante aglomerado de pessoas em cada experiência. Verifica-se alegria e entusiasmo dos participantes nas atividades, ou concentração quando ligado a competições ou <i>workshops</i> .
Tipo de público	Apesar de se verificar um misto de idades, dos mais jovens aos mais velhos, idades entre os 18 aos 30 anos são os mais comuns, quer seja homens ou mulheres, mascarados ou não.
Motivação <i>(o que leva o público a fazer a tarefa)</i>	A principal motivação percebida é o desejo dos participantes de viver o evento juntamente com outros com o mesmo gosto, percebendo-se um envolvimento total dos mesmos nas atividades, em grupos, aproveitando um pouco de tudo do que o evento tem para oferecer.
Interação <i>(uns com os outros, com membros da organização e elementos fora do evento)</i>	Os visitantes vão principalmente em grupos, interagindo entre todos (mesmo desconhecidos), havendo uma cumplicidade íntima implícita (participantes e <i>cosplayers</i>). Verifica-se ainda socialização geral entre nacionais e estrangeiros, sem barreiras na linguagem.

Numa análise detalhada, percebe-se que os organizadores de eventos enfatizaram principalmente as "pessoas", "Japão", "anime" e "participantes", ligados ao foco que têm com o seu público-alvo e aos elementos explorados. Os outros *stakeholders* mencionaram mais frequentemente o "anime", "Portugal", "público" e "Japão", alinhados com interesses em clientes com temática japonesa em Portugal, a sua abrangência de atividade. Os participantes destacaram "anime", "cosplay", "pessoas" e "gosto", refletindo os seus principais interesses e a sua participação ativa, em sociedade. Por fim os investigadores enfatizaram "Japão", "pessoas", "país" e "turismo", relacionados às áreas de estudo, com foco em viagens turísticas relacionadas aos eventos.

De facto, os resultados desta análise corroboram os dados explícitos nas respostas das entrevistas, abrangendo os fatores motivadores da cultura *pop* japonesa e seus eventos, como *anime*, *cosplay* e a participação ativa dos fãs. Além disso, confirmam o impacto nos destinos envolvidos, como o Japão e Portugal, bem como a crescente potencialidade desses eventos, que estão se tornando cada vez maiores e mais diversificados. Esses eventos têm impactes significativos, estimulando o interesse das populações locais e impulsionando o turismo.

3. Síntese dos questionários

Em termos da caracterização do participante nos eventos de cultura *pop* japonesa, predomina um público jovem, do género masculino e com formação ao nível do ensino superior, conforme representado no quadro II.

Quadro II – Caracterização geral dos participantes: faixa etária, género e qualificações académicas.

Table II – General characterization of participants: age group, gender and academic qualifications.

Faixa etária (anos)						Género		Formação académica			
12-18	19-24	25-30	31-40	41-50	>50	M.	F.	Até secundário	Licenciatura	Mestrado	Doutoramento
14,6%	35,6%	29,2%	16,3%	2,7%	1,5%	55,9%	43,1%	23,5%	57,7%	17,3%	1,5%

Quanto à situação laboral, a maioria está empregada (53,2%), enquanto 42,3% são estudantes e apenas 4,5% estão desempregados. Em relação à abrangência da deslocação para o evento, a maioria dos participantes realiza turismo interno (53,5%), viajando para outras regiões do seu país para participar nos eventos. Aqueles que participam no evento dentro da sua região de residência são 33,2%, enquanto 13,4% viajam internacionalmente para eventos, principalmente para países próximos (8,9%). No que diz respeito à forma como o inquirido é acompanhado para os eventos, 56,7% visita os eventos com amigos, 18,6% participam sozinhos, cerca de 14,6% comparecem com outra pessoa próxima, como um parceiro, e apenas cerca de 10,1% vão acompanhados da família.

A maioria dos inquiridos identifica-se como utilizadores "core", ou seja, têm um forte apreço pela cultura *pop* japonesa (53,2%). Após essa classificação, as opiniões são divididas, com 23,5% dos inquiridos se considerando utilizadores "entusiastas" (aqueles que vivenciam intensamente a cultura) e 23,3% como utilizadores "casuais" (que gostam ou apreciam a cultura *pop* japonesa).

Quando se trata da frequência de participação, a maioria dos inquiridos participa nos eventos entre duas a três vezes por ano (49,3%), seguida daqueles que o fazem uma vez por ano ou menos (35,9%). A participação mais frequente, entre quatro e cinco vezes por ano, é menos comum (11,4%), e uma minoria visita esses eventos mais de cinco vezes por ano (3,4%). Quando questionados sobre a intenção futura de participar nos eventos, a maioria deseja aumentar a frequência (56,2%), enquanto 39,1% planeiam manter a regularidade.

Os eventos de cultura *pop* japonesa oferecem aos seus consumidores uma elevada escolha de experiências, o que os torna uma atração única dentro dos eventos. De acordo com os inquiridos, essas experiências incluem apreciar concertos musicais, realizar *cosplay*, assistir ou participar em competições, experimentar provas gastronómicas, praticar danças associadas à cultura, participar em workshops sobre a cultura tradicional, comprar *merchandising*, ouvir palestras de convidados reconhecidos, participar em artes marciais típicas e muito mais. A maioria dos inquiridos destacou esta múltipla variedade de opções como a principal experiência turística nesses eventos (89,4%).

Ao avaliar a motivação dos inquiridos para participar nos eventos de cultura *pop* japonesa, a maioria identificou-se como "muito motivado" (53,5%), ou "motivado" (38,1%) o que indica uma elevada motivação dos participantes para se envolver nestes eventos. Numa análise de conteúdo das

respostas abertas dos inquiridos, é revelado que um dos fatores mais motivadores para participar nestes eventos é o *cosplay*, sendo mencionado em 116 respostas. Em segundo lugar, destaca-se o ambiente agradável (45 respostas), a oportunidade de se reunir com amigos (44), o convívio geral (43) e a oportunidade de comprar *merchandising* difícil de encontrar no dia-a-dia (31).

Em concordância, a satisfação dos participantes em relação à oferta desses eventos, em comparação com eventos de outras tipologias, como eventos musicais, gastronómicos ou desportivos, é alta. Numa escala "Likert" sobre a satisfação de 1 (nada satisfeito) a 5 (muito satisfeito), a média foi de 4,34, com a maioria dos inquiridos indicando satisfação de 4 ou 5 (91,6%), demonstrando que os eventos de cultura *pop* japonesa são expressivamente satisfatórios em comparação com outros tipos. Igualmente, estes eventos são percebidos como inovadores e únicos (59,9%) ou muito inovadores e únicos (20,5%).

Para analisar se existem diferenças estatísticas significativas entre as cinco realidades estudadas (portuguesa, francesa, espanhola e norte americana), a nível da motivação para visitar os eventos, a satisfação com esses eventos e a perceção dos participantes sobre o nível de inovação, foi aplicado o teste *Kruskal-Wallis*, considerando os eventos por país como variável independente. Conforme apresentado no quadro III, não existem diferenças significativas entre as realidades estudadas nas três variáveis consideradas, uma vez que apenas resultados com p-valor inferior a 0,05 são considerados significativos (Damásio, 2012).

Quadro III – Testes *Kruskal-Wallis* entre a variável independente da nacionalidade outras variáveis dependentes.

Table III - *Kruskal-Wallis tests between the independent variable of nationality and other dependent variables.*

Motivação de visita para os eventos	Satisfação com os eventos	Perceção de inovação dos eventos
0,405	0,324	0,359

Em relação ao desejo de visitar o país de origem destes conteúdos, a maioria dos participantes inquiridos fora do Japão, expressou um forte desejo de visitar o país natal da cultura *pop* japonesa no futuro. Cerca de 75,8% nunca visitaram o Japão, mas desejam fazê-lo, enquanto uma fração menor, 11,5%, já visitou o Japão e planeia voltar. Além disso, 11% dos inquiridos que nunca estiveram no Japão têm planos de visitar o país um futuro próximo (menos de um ano). No geral, 98,3% dos inquiridos demonstram o desejo de visitar o Japão, seja pela primeira vez ou para uma futura visita. A principal motivação dos inquiridos para visitar o Japão está diretamente relacionada à cultura japonesa (178 respostas), particularmente à cultura *pop* japonesa (109 respostas) e à variedade de experiências únicas que o país oferece. Eles são atraídos pela cultura exótica e diversificada do Japão, que é uma parte essencial dos eventos de cultura *pop* japonesa.

Conforme sintetizado na figura 4, os eventos de cultura *pop* japonesa atraem principalmente jovens adultos de ambos os géneros, com formação ou frequência do ensino superior. A maioria participa duas a três vezes por ano nestes eventos, deseja aumentar a sua participação e consideram-se "utilizadores *core*" muito motivados, principalmente devido ao *cosplay* e ao ambiente amigável. Estes eventos oferecem uma ampla variedade de atividades, recriam a cultura japonesa e são ótimos para adquirir *merchandising* exclusivo. Os participantes estão efetivamente satisfeitos e veem os eventos como momentos inovadores.

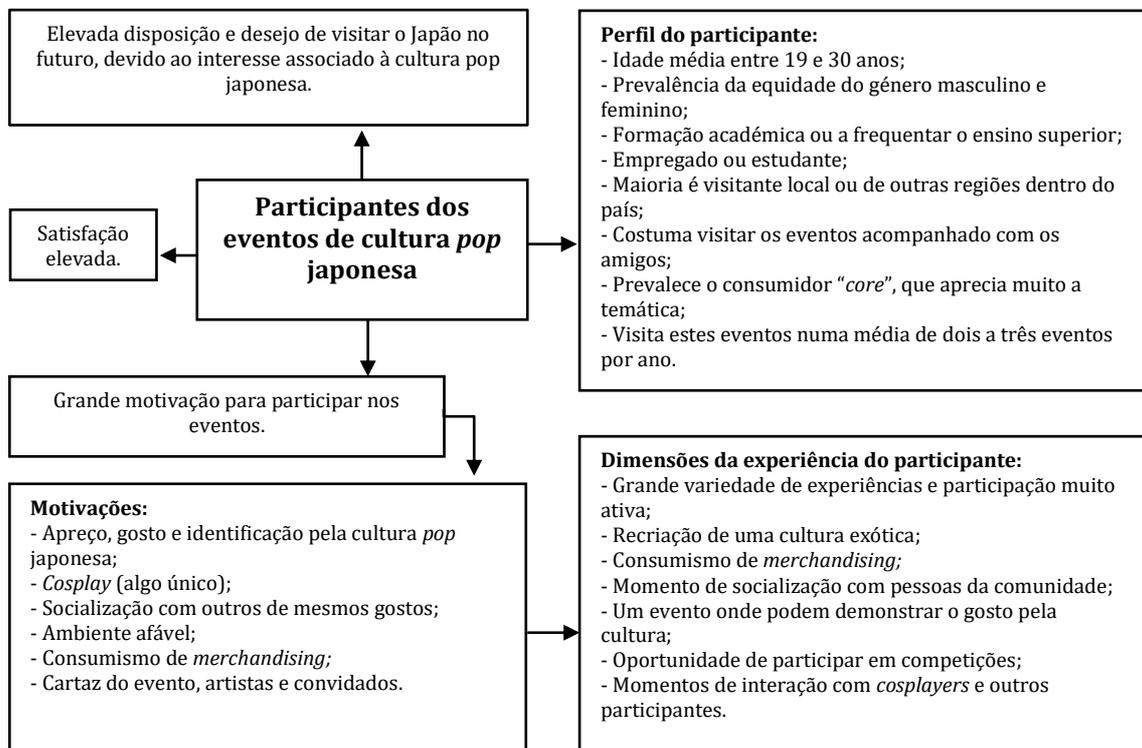


Fig. 4 – Caracterização geral do participante dos eventos de cultura *pop* japonesa.

Fig. 4 – General characterization of participants in Japanese *pop* culture events.

V. TRIANGULAÇÃO DE RESULTADOS

Considerando a informação obtida através da revisão de literatura e especialmente nos três instrumentos de medida aplicados na investigação empírica, apresenta-se uma análise cruzada dos resultados, identificando-se cada área por meio da validação, seja pelos resultados da revisão da literatura (RL), das entrevistas (EN), dos questionários (QU), ou das observações diretas (OD).

O crescimento notável do segmento relacionado com a cultura *pop* japonesa a nível mundial, particularmente desde o início deste século, mas interrompido pela crise provocada pela COVID-19, é uma tendência claramente emergente (RL, EN). O *anime* desempenhou um papel fundamental nesse crescimento, sendo que a cultura japonesa sempre foi intrigante para o público em geral, destacando-se na sua essência *pop* (RL, EN). Isso deve-se à sua singularidade desta cultura, bem como à sua diversidade de elementos, personagens envolventes, liberdade artística, complexidade narrativa e influência artística (EN). A cultura *pop* japonesa consegue atrair seguidores e apreciadores por todo o mundo, devido essencialmente ao exotismo que apresenta, associado a uma cultura considerada distante e diferente, influenciado quer seja pela história, como pela geografia do Japão (RL, EN, IN).

Os seus eventos celebram essa cultura de maneira única, proporcionando uma ampla variedade de atividades e experiências ativas, além de promover o encontro físico e interpessoal entre fãs (IN). Os eventos de cultura *pop* japonesa são diferenciadores, tanto por meio de seus conteúdos como pela multiplicidade de atividades oferecidas, desde a gastronomia, tradição, animação, videojogos, moda, desporto, competições, concertos, *workshops*, palestras até a comercialização de *merchandising* (RL, EN, IN, OD). Recriam uma realidade exótica e distinta que permite aos fãs fruírem de momentos especiais e se conectem com outros entusiastas, oferecendo uma oportunidade de "viajar para o Japão" sem sair de seus próprios países. São ainda elementos importantes de difusão desta cultura e do país de origem, atraindo novos públicos e estimulando a participação em mais eventos, ou mesmo a visitar o Japão (RL, EN). Este entusiasmo leva a que estes eventos não necessitem de apostar muito em se promoverem nos canais mais tradicionais, pois os próprios participantes são os principais agentes na sua divulgação através das redes sociais e por meio de "boca a boca" (*word-of-mouth*) (EN, OD).

Os motivos que levam os apreciadores e curiosos pela cultura *pop* japonesa a visitarem esses eventos são variados e incluem a socialização entre fãs, a atmosfera amigável, o consumismo de produtos exclusivos, a diversidade de convidados e artistas, e a oportunidade de experimentar a

gastronomia japonesa (RL, EN, QU, OD). Os *cosplayers* que criam vestimentas elaboradas e encarnam personagens das narrativas *pop* japonesas, desempenham um papel muito relevante nestes eventos, participando em competições e tirando fotografias com entusiastas, o que é muito apreciado pelo público em geral e incentiva a participação ativa dos fãs (EN, QU, OD). A atmosfera é claramente marcada por alegria e euforia (OD). Os participantes estão constantemente ansiosos para vivenciar a cultura que tanto apreciam, interagindo amigavelmente com outros membros da comunidade, seja conhecidos ou desconhecidos (EN, OD).

Por serem momentos únicos e diferenciadores, o seu público é muito fiel, participando regularmente nas diversas edições e são estimulados a participar em eventos de maior dimensão relacionados à cultura *pop* japonesa, incentivando assim o turismo internacional (EN). Isso pode, por fim, inspirar o desejo de praticar o "turismo de conteúdos" no Japão, ou mais especificamente o "turismo *otaku*", motivado pelas narrativas e elementos característicos da cultura *pop* japonesa (EN, QU).

O seu público é muito vasto e predominantemente interno, com uma presença limitada de turistas internacionais (EN, QU, OD), embora se verifique uma tendência para crescimento deste mercado (EN, OD). Os participantes são essencialmente jovens estudantes, com um equilíbrio de género (EN, QU). Eles consideram-se principalmente como apreciadores "*core*" da cultura e frequentemente visitam esses eventos com amigos, especialmente se o evento ocorrer no seu próprio país (QU). Os fãs são um grupo muito significativo nestes eventos, desejam aumentar a sua frequência e procuram envolver-se ativamente, seja através do *cosplay*, ou interagindo com outros participantes (QU).

Os impactos positivos destes eventos de cultura *pop* japonesa são expressivos tanto a nível económico, social e de promoção do Japão, dos destinos onde ocorrem e da cultura *pop* japonesa (RL, EN). Contudo, existem vários impactos negativos que podem ser mitigados com um bom planeamento e gestão dos eventos, nomeadamente, o risco de o foco comercial de alguns desses eventos poder levar a uma promoção distorcida da imagem do Japão, tal como a possíveis estereótipos associados aos fãs da cultura *pop* japonesa (EN).

Numa perspetiva internacional, especialmente nas regiões da América do Norte, França e Espanha, estes eventos já constituem um mercado expressivo e em crescimento. O público-alvo desses eventos é diversificado, abrangendo desde fãs apaixonados até aqueles que são curiosos em relação à cultura *pop* japonesa (RL, EN, QU, OD). Os fãs "*core*" são os que demonstram um desejo mais forte de visitar o Japão, sendo esse público primordial nos eventos internacionais fora do Japão (QU).

Em resumo, apesar de ser uma tendência emergente, efetiva-se que os eventos dedicados à cultura *pop* japonesa poderão resultar em benefícios bastante positivos, incentivando um crescente interesse e envolvimento do público. Assim, é fácil perceber a sua relevância para o desenvolvimento turístico em destinos externos, além de deterem um potencial latente para promover a cultura japonesa, estimular o turismo e proporcionar experiências memoráveis. Isso resulta em melhores possíveis relações entre nações, com impactos positivos entre dois territórios considerados distantes (Ocidente e Oriente), mas conectados por uma cultura que fascina públicos diversos.

VI. CONCLUSÃO

A cultura *pop* japonesa, influenciada pela globalização, emergiu como um poderoso atrativo para vários destinos e comunidades internacionais, aliciando uma base de apreciadores diversificada (Kawamata *et al.*, 2017). Os eventos que exploram esta temática representam uma categoria abrangente que atrai entusiastas e curiosos, oferecendo uma gama diversificada de atividades (Tajima, 2018; Severino, 2022). Estes eventos ocorrem em todo o mundo, proporcionando oportunidades únicas para a imersão na cultura *pop* japonesa.

Em concordância com os objetivos de estudo delineados, verifica-se uma forte relação de interseção entre o turismo, eventos e a cultura *pop* japonesa, destacando-se a relevância dos eventos de cultura *pop* japonesa para o desenvolvimento turístico em destinos externos à sua origem, bem como para estímulo das viagens turísticas de estrangeiros ao Japão, com entendimento na possível relação turística e cultural entre nações.

As conclusões apontam para a influência proeminente da cultura *pop* japonesa e os seus eventos, moldada pelo seu reconhecimento mundial, afetando destinos através do turismo nacional e com repercussões no turismo internacional. O estudo ilustra como os eventos ligados a essa cultura

desempenham um papel preponderante na difusão dos elementos culturais únicos do Japão, fomentando o desejo de vivenciar experiências autênticas e singulares em destinos distantes. A singularidade e diversidade da cultura *pop* japonesa atraem um público heterogêneo, acendendo o anseio de descobrir mais sobre o Japão.

Estes eventos de cultura *pop* japonesa emergem como agentes diferenciadores, providenciando uma ampla diversidade de atividades que cativam tanto entusiastas, quanto indivíduos apenas curiosos por esta cultura. Eles facultam a imersão profunda na cultura japonesa, funcionando como um “escape” das suas rotinas quotidianas e estimulando ainda mais o interesse por essa cultura.

É comprovado assim que os eventos de cultura *pop* japonesa originam impactes significativos, preponderantemente favoráveis, na promoção da cultura, na economia local e na fomentação das interações entre nações. Além disso, eles geram reminiscências valiosas e experiências cativantes para os participantes, incitando o desejo de retornar em edições posteriores, participar em eventos de maior dimensão em outros países e estimulam o desejo de visitar a origem da cultura, o Japão.

Por conseguinte, a cultura *pop* japonesa, impulsionada pela globalização e eventos especializados, pode desempenhar um papel significativo para a atividade turística e na relação interculturais. Ao entrelaçar culturas e nutrir relações sólidas entre nações, estes eventos desempenham um papel essencial na promoção de uma cultura considerada longínqua, tal como na afetação de um destino turístico específico. A interação entre turismo, eventos e cultura *pop* japonesa representa assim efetivamente uma área de estudo com potencial, com perspetivas futuras de otimizar o seu impacte e intensificar as ligações culturais e turísticas entre países.

O estudo enfrentou limitações significativas, principalmente devido às restrições decorrentes da pandemia COVID-19. Essas circunstâncias condicionaram a comparação entre diferentes eventos e anos, bem como impossibilitaram a realização de inquéritos presenciais, que poderiam alargar e diversificar a amostra. A existência de dados recolhidos de forma sistemática e continuada é um aspeto crítico para a investigação, sugerindo-se a criação de uma rede associativa com essa responsabilidade, podendo estar associada um observatório internacional, com a colaboração entre os destinos, a embaixada do Japão, a academia e associações os organizadores dos eventos. Adicionalmente, a especificidade do tema apresentou desafios na obtenção de dados cientificamente robustos, evidenciando a falta de estudos prévios. Para futuros, recomenda-se a utilização de uma amostra mais abrangente de eventos, a realização de análises comparativas ao longo de vários anos e a recolha sistemática de dados sobre as visitas ao Japão motivadas por esta temática e estes eventos.

Em suma, o presente estudo consegue elucidar a importância dos eventos de cultura *pop* japonesa para os destinos e junto de um grupo alargado de público, alinhados com paradigmas e oportunidades atuais como a globalização, a profusão de viagens turísticas e as relações interculturais. Através de uma análise detalhada, identifica-se que os eventos de cultura *pop* japonesa não só servem como experiências culturais intensas, mas também funcionam como agentes de transformação económica e turística. Demonstra-se igualmente que tais eventos podem ser estrategicamente utilizados para diferenciar destinos turísticos, atraindo um mercado global diversificado, com perspetivas para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias de marketing que maximizam o seu potencial como catalisadores turísticos, reforçando o contributo económico e cultural à escala local e internacional. Assim sendo, destaca-se a importância de uma abordagem integrada na investigação turística que enfatize as dinâmicas culturais na definição de estratégias inovadoras e culturalmente ricas, evidenciando o substancial contributo teórico e para o mercado deste estudo.

ORCID ID

Filipe Segurado Severino  <https://orcid.org/0000-0002-9865-4664>

Francisco Silva  <https://orcid.org/0000-0002-9742-7339>

José Manuel Simões  <https://orcid.org/0000-0002-1673-483X>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bhattacharya, N., & Acharyya, R. (2019). *Research Methodology for Social Sciences*. Routledge.

Beech, J., Kaiser, S., & Kaspar, R. (2014). *The Business of Events Management*. Pearson Education.

- Bento, D., & Moreira, M. (2018). Animevents: uma perspectiva de Turismo através da observação do Otaku [Animevents: a tourism perspective through Otaku observation]. *Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, 4, 1-25. <https://doi.org/10.23899/relacult.v4i0.793>
- Brazo, D., & Filho, A. (2018). Otaku Tourism: imaginary and motivations of a new typology. *Revista Turismo em Análise*, 29(2), 273-291. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i2p273-291>
- Cazacu, A. (2018). Statistical considerations upon the results of a survey regarding the anime culture in Romania. *Journal of Romanian Literary Studies*, 13, 450-463. <http://old.upm.ro/jrls/JRLS-13/Rls%2013%2057.pdf>
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6)
- Choudhury, S. R. (2022). Globalization with Controlled Income Inequalities: a cross-country study. In R. C. Das (Ed.), *Globalization, Income Distribution and Sustainable Development* (pp. 67-80). Emerald. <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-870-920221010>
- Close, N. (2018). Tradition vs Pop Culture: attracting tourists with the cool Japan campaign. *Mutual Images Journal*, 5, 31-48. <https://doi.org/10.32926/2018.5.clo.tradi>
- Condry, I. (2013). *The Soul of Anime: collaborative creativity and Japan's media success story*. Duke University Press.
- Craig, T. J. (2020). The “Cool Japan” Strategy: industrial policy for cultural industries. In T. Craig (Ed.), *Cool Japan: Inside Japan's cultural and creative industries* (pp. 8-30). Bluesky Publishing.
- Craig, T. J. (2015). *Japan Pop! – Inside the World of Japanese Popular Culture*. Routledge.
- Damáσιο, B. (2012). Uso da análise fatorial exploratória em Psicologia [Use of exploratory factor analysis in Psychology]. *Avaliação Psicológica*, 11(2), 213-228. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712012000200007&lng=pt&tng=pt
- Denison, R. (2010). Anime Tourism: discursive construction and reception of the Studio Ghibli Art Museum. *Japan Forum*, 22(3-4), 545-563. <https://doi.org/10.1080/09555803.2010.533475>
- Esposito, M. (2011). *The Japanese Anime and Manga Cluster: can such an established cluster still rescue Japan's economy?* The Case Centre. <https://casecent.re/p/104517>
- Ferraz, J. (2017). Turismo e Globalização [Tourism and Globalization]. In F. Silva & J. Umbelino (Eds.), *Planeamento e Desenvolvimento Turístico [Tourism Planning and Development]* (pp. 79-92). LIDEL.
- Freedman, A., & Slade, T. (2018). Introducing Japanese Popular Culture: serious approaches to playful delights. In A. Freedman & T. Slade (Eds.), *Introducing Japanese Popular Culture* (pp. 1-10). Routledge.
- Galbraith, P. (2019). *Otaku and the struggle for imagination in Japan*. Duke University Press.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: definition, evolution and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., & Page, S. J. (2020). *Event Studies: theory, research and policy for planned events*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429023002>
- Hashimoto, M. (2011). Otaku and Moe: an intercultural analysis of the fetishist tendency of Otaku. *Studia Orientalia Slovaca*, 10(1), 115-137. https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kvas/SOS_10_1/06_37hashimoto-form120131_Kopie.pdf
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International journal of cultural studies*, 7(1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jorge, A., & Navio, C. (2013). Descobrimos a Comunidade Otaku Portuguesa: os fãs online [Discovering the Portuguese Otaku Community: online fans]. *Vozes e Diálogo*, 12(1), 4-17. <https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/4295>
- Kawamata, K., Tajima, N., Kuroiwa, K., & Miura, T. (2017). Some Preliminary Notes on the Evolution and Development Process of Japanese Pop Culture Events]. *Aoyama Journal of Cultural and Creative Studies*, 9(2), 73-94. <http://id.ndl.go.jp/bib/028839125>
- Lamerichs, N. (2013). The Cultural Dynamic of Doujinshi and Cosplay: local anime fandom in Japan, USA and Europe. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 10(1), 154-176. <https://www.participations.org/10-01-10-lamerichs.pdf>

- Lockstone-Binney, L., Robertson, M., & Junek, O. (2013). Emerging knowledge and innovation in event management. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(3), 176-178. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-06-2013-0010>
- McCartney, G., & Osti, L. (2007). From Cultural Events to Sport Events: a case study of cultural authenticity in the dragon boat races. *Journal of Sport Tourism*, 12(1), 25-40. <https://doi.org/10.1080/14775080701496750>
- McKercher, B., & Cros, H. (2002). *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- Napier, S. (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: experiencing Contemporary Japanese Animation*. St. Martin's Griffin.
- Palumbo, F., & Calabrò, D. G. (2017). Japanese Pop Culture, Identification, Socialization: the case of an Italian web-community. *Mutual Images*, 2, 137-184. <https://doi.org/10.32926/2017.2.pal.japan>
- Patiño, M., Medina, F., & Arilla, J. (2016). New trends in tourism? From globalization to postmodernism. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 417-433. <https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/200>
- Okamoto, T. (2015). Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan. *Japan Forum*, 27(1), 12-36. <https://doi.org/10.1080/09555803.2014.962565>
- Raikhan, S., Moldakhmet, M., Ryskeldy, M., & Alua, M. (2014). The Interaction of Globalization and Culture in the Modern World. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 122, 8-12. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1294>
- Reysen, S., Plante, C., Roberts, S., & Gerbasi, K. (2018). Motivations of Cosplayers to Participate in the Anime Fandom. *The Phoenix Papers*, 4(1), 29-40. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/UT4FB>
- Rich, D. (2011). *Global Fandom: the Circulation of Japanese Popular Culture in U.S.* [Tese de Doutorado, University of Iowa]. Iowa Research Online. <https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/9983777272502771>
- Roller, M. R., & Lavrakas, P. J. (2015). *Applied qualitative research design: a total quality framework approach*. The Guilford Press.
- Sabre, C. (2016). French Anime and Manga Fans in Japan: pop culture tourism, media pilgrimage, imaginary. *International Journal of Contents Tourism*, 1(1), 1-19. <http://hdl.handle.net/2115/64796>
- Sabre, C. (2013). New images of Japan in France: a survey to Japan expo. *Regioninês Studijos*, 7, 95-122. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/32341>
- Seaton, P., & Yamamura, T. (2015). Japanese Popular Culture and Contents Tourism: introduction. *Japan Forum*, 27(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/09555803.2014.962564>
- Seaton, P., Yamamura, T., Sugawa-Shimada, A., & Jang, K. (2017). *Contents Tourism in Japan: pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture*. Cambria Press.
- Severino, F. (2022). *Turismo e eventos: o caso da cultura pop japonesa [Tourism and events: the case of Japanese pop culture]*. [Tese de Doutorado, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/54891>
- Severino, F. S., & Silva, F. (2023). The trend of Japanese pop culture and its differentiating approach through event tourism. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(4), 475-487. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2023-0001>
- Sheehan, K. (2017). *The otaku phenomenon: pop culture, fandom, and religiosity in contemporary Japan*. [Tese de Doutorado, University of Louisville]. ThinkIR. <https://ir.library.louisville.edu/etd/2850/>
- Shōji, K. (2010). Japanese culture takes on the world. *Discuss Japan*, 1, 118-123. <https://www.japanpolicyforum.jp/culture/pt2010072711564453.html>
- Simeon, R. (2006). The branding potential and Japanese popular culture overseas. *Journal of Diversity Management*, 1(2), 13-24. <https://doi.org/10.19030/jdm.v1i2.5031>
- Skavronskaya, L., Moyle, B., Scott, N., & Kralj, A. (2020). The psychology of novelty in memorable tourism experiences. *Current Issues in Tourism*, 23(21), 2683-2698. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1664422>
- Taheri, B., Prayag, G., & Muskat, B. (2021). Introduction to the special issue: consumer experience management and customer journeys in tourism, hospitality and events. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100877. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100877>

- Tajima, N. (2018). *The process of the Development and Evolution of Japanese Pop Culture Events: case of the World Cosplay Summit*. In 10th Midterm Conference of the Research Networks in Arts and Culture Sociology, October 2018, Valeta, Malta.
- Tajima, N., Kawamata, K., Nakagawa, S., & Miura, T. (2022). Cultural Events and Japanese Pop Culture in Europe: the case of the Japan expo in France. In E. Salvador & J. S. Pedersen (Eds.), *Managing Cultural Festivals: traditions and innovation in Europe* (pp. 231-249). Routledge. <http://doi.org/10.4324/9781003127185-16>
- Veal, A. J. (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism*. Pearson.
- Woo, B., Johnson, B., Beaty, B., & Campbell, M. (2020). Theorizing comic cons. *The Journal of Fandom Studies*, 8(1), 9-31. https://doi.org/10.1386/jfs_00007_1
- Yamamura, T. (2015). Contents tourism and local community response: Lucky star and collaborative anime-induced tourism in Washimiya. *Japan Forum*, 27(1), 59-81. <https://doi.org/10.1080/09555803.2014.962567>
- Yamato, E. (2016). "Growing as a person": experiences at anime, comics, and games fan events in Malaysia. *Journal of Youth Studies*, 19(6), 743-759. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1098769>