

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM TURISMO
MESTRADO ACADÊMICO EM TURISMO

ANAIZE SPADA

**TURISMO E EVENTOS:
OS FESTEJOS FARROUPILHAS DE
CAXIAS DO SUL - RS**

CAXIAS DO SUL
2013

Anaize Spada

**TURISMO E EVENTOS:
OS FESTEJOS FARROUPILHAS DE
CAXIAS DO SUL - RS**

Dissertação de mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos pré-requisitos necessários para obtenção do título de mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Turismo, Cultura e Educação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Susana Gastal

CAXIAS DO SUL
2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

S732t Spada, Anaize
Turismo e eventos: os festejos farroupilhas de Caxias do Sul - RS /
Anaize Spada. – 2013.
151 f. : il. ; 30 cm

Apresenta bibliografia.
Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa
de Pós-Graduação em Turismo, 2013.
Orientador: Prof. Dr. Susana Gastal.

1. Turismo cultural – Caxias do Sul (RS). 2. Turismo de evento –
Caxias do Sul (RS). 3. Folclore – Rio Grande do Sul. I. Título.

CDU 2.ed.: 338.48-6:7/8(816.5CAXIAS DO SUL)

Índice para o catálogo sistemático:

1. Turismo cultural – Caxias do Sul (RS) 338.48-6:7/8(816.5CAXIAS DO SUL)
2. Turismo de evento - Caxias do Sul (RS) 338.48-61(816.5CAXIAS DO SUL)
3. Folclore – Rio Grande do Sul 398(816.5)

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Ana Guimarães Pereira – CRB 10/1460

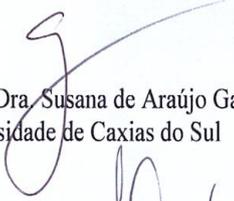
**“Turismo e eventos: os Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul -
RS”**

Anaize Spada

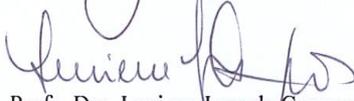
Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo – Mestrado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 05 de abril de 2013.

Banca Examinadora:



Prof. Dra. Susana de Araújo Gastal (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dra. Luciene Jung de Campos
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. Rafael José dos Santos
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo
Universidade de São Paulo

AGRADECIMENTOS

Aos meus amados pais, Marilize e Geraldo, e a minha irmã Avelize, pelo incentivo, apoio e pela paciência durante todo o curso de mestrado. Sei que o amor de vocês independe de títulos.

A toda minha família, afilhados e amigos, que torceram para mais essa vitória. A minha orientadora, professora Dra. Susana Gastal e demais professores do mestrado, pela atenção dispensada e pelo conhecimento compartilhado durante a realização deste trabalho. Aos colegas de mestrado, pela convivência e amizade.

A todos aqueles que, de alguma forma, participaram deste estudo, seja concedendo entrevistas, fornecendo materiais e informações, ou que simplesmente tentaram ajudar.

RESUMO

A Semana Farroupilha foi instituída por lei estadual para incentivar a memória em torno da Revolução Farroupilha, evento bélico que envolveu a região entre 1935-1945, a ser comemorada em todo o Estado do Rio Grande do Sul. Hoje, esse evento recebe o nome de Festejos Farroupilhas. A escolha do tema para a presente investigação deve-se às proporções que o evento Festejos Farroupilhas apresentou nos últimos anos. Com um público participante estimado em trezentas mil pessoas, possui duração de quatorze dias e oferece diversificada programação. O estudo objetiva analisar o evento cultural no seu histórico, na gestão e relação com o turismo. De corte qualitativo e viés exploratório, os dados foram reunidos a partir de revisão bibliográfica, pesquisa documental, entrevistas e observação. Em síntese, pode-se afirmar que o evento contribui para a promoção de expressões culturais associadas ao regional rural da pecuária no Rio Grande do Sul – genericamente denominada como cultura gaúcha –, através de espetáculos musicais, dança e convívio entre as pessoas participantes. As relações com o turismo se estabelecem envolvendo o turismo cultural e o turismo-cidadão, conforme sugestões no corpo do trabalho.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Festejos Farroupilhas. Caxias do Sul – RS.

ABSTRACT

The Farroupilha week was instituted by state law to incentivize the memory of the Farroupilha Revolution, a warlike event that involved the region between 1935-1945, to be celebrated all over the state of Rio Grande do Sul. Today this event is named *Festejos Farroupilhas*. The theme of this paper was chosen due the proportions of this event over the years. With a public of participants estimated in three thousand people, it lasts fourteen days and offers a wide variety of internment. The aim of this study is to analyze the cultural event through its history, management and relation with tourism. From a qualitative and exploratory bias, the data were gathered through bibliography revision, documentary research, interviews and observation. In summary we can assure the event contributes to promote cultural expressions related to regional rural of cattle raising in Rio Grande do Sul – generally denominated *gaúcha culture* – with music and dance performances and socializing among people participating. The relations with tourism are established involving cultural tourism and citizen tourism, as suggested in the body of this paper.

Keywords: Tourism. Events. Festejos Farroupilhas. Caxias do Sul – RS.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 – Diagrama de Ishikawa aplicado ao turismo	17
Figura 2 – Logotipo dos Festejos Farroupilhas	84
Figura 3 – Acampamento Pavilhão 1	85
Figura 4 – Acampamento Pavilhão 1	86
Figura 5 – Foto aérea Parque da Festa da Uva	88
Figura 6 – Acampamento Pavilhão 1	89
Figura 7 – Acampamento Cristo	89
Figura 8 – Banheiros ecológicos	90
Figura 9 – Banheiro Acampamento Mato	90
Figura 10 – Acampamento Mato	91
Figura 11 – Palco Pavilhão 1	94
Figura 12 – Palco Pavilhão 2	94
Figura 13 – Espetáculo de abertura – Pavilhão 2	94
Figura 14 – Espetáculo Jéssica Tomé	94
Figura 15 – Arquibancada cancha de laço	95
Figura 16 – Prova de laço	95
Figura 17 – Vencedor prova de gineteada	95
Figura 18 – Abertura do desfile	96
Figura 19 – Apresentação de dança no desfile	96
Figura 20 – Desfile	96
Figura 21 – Desfile	96
Figura 22 – Doações de alimentos	97
Figura 23 – Mercado	100
Figura 24 – Mercado - área interna	101
Figura 25 – Alimentação Pavilhão 2	102
Figura 26 – Alimentação Pavilhão 2	102
Figura 27 – Atração parque de diversões	103
Figura 28 – Atração parque de diversões	103
Figura 29 – Alimentação cancha de laço	103
Figura 30 – Alimentação cancha de laço	103
Figura 31 – O Bodegão – Café da Colônia	104
Figura 32 – Parte interna do O Bodegão	104
Figura 33 – Comércio	105
Figura 34 – Comércio	105
Figura 35 – Comércio de artigos gaúchos	106
Figura 36 – Comércio de artigos gaúchos	106
Figura 37 – Placa informativa	118
Figura 38 – Placa informativa	118
Figura 39 – Placa informativa	118

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Mapa Regiões Turísticas	44
Mapa 2 – Mapa Regiões Tradicionalistas	48

LISTA DE SIGLAS

BANRISUL – Banco do Estado do Rio Grande do Sul
CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul
CIC – Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CODECA – Companhia de Desenvolvimento de Caxias do Sul
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo
CTG – Centro de Tradições Gaúchas
FECARS – Festa Campeira do Rio Grande do Sul
IR – Imposto de Renda
LIC – Lei de Incentivo à Cultura
MINC – Ministério da Cultura
MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho
OMT – Organização Mundial do Turismo
PIB – Produto Interno Bruto
PRÓ-CULTURA – Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais
SAMAE – Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto
SEFIC – Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura
SESC – Serviço Social do Comércio
SINDIGÊNEROS – Sindicato do Comércio Varejistas de Gêneros Alimentícios de Caxias do Sul
SINDILOJAS – Sindicato do Comércio Varejista de Caxias do Sul
SISTUR – Sistema de Turismo
SNC – Sistema Nacional de Cultura
UBRAFE – União Brasileira de promotores de Feiras
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNIVAREJO – Universidade Corporativa do Varejo
VISATE – Viação Santa Tereza de Caxias do Sul
3º GAAAÉ – Terceiro Grupo de Artilharia Anti-Aérea
4ª CREE – 4ª Coordenadoria de Educação do Estado do RS
25ª RT – Vigésima Quinta Região Tradicionalista

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 TURISMO.....	15
2.1.2 Turismo cultural	19
2.2 EVENTOS: CONTEXTO HISTÓRICO, CONCEITUAL E TIPOLÓGICO	21
2.2.1 Conceituações	21
2.2.2 Histórico dos eventos	23
2.2.3 Tipologias dos eventos	24
2.2.4 Gestão de eventos	29
2.3 POLITICAS PÚBLICAS E GESTÃO CULTURAL.....	34
2.3.1 Políticas públicas de incentivo à cultura	35
2.3.2 Gestão cultural	36
2.3.3 As leis de incentivos e os eventos culturais	37
2.4 O RIO GRANDE DO SUL E O MOVIMENTO TRADICIONALISTA	41
2.4.1 Tradicionalismo gaúcho	44
2.4.2 25ª Região Tradicionalista	51
3 CAMINHO METODOLÓGICO	53
3.1 METODOLOGIA.....	53
3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	55
3.2.1 Pesquisa bibliográfica	55
3.2.2 Pesquisa documental	56
3.2.3 Entrevistas	59
3.2.4 Observação	61
3.3 RECORTES DA PESQUISA	62
4 ANÁLISE DOS DADOS	63
4.1 HISTÓRICO DOS FESTEJOS FARROUPILHAS	63
4.1.1 Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul	66
4.2 GESTÃO DOS FESTEJOS FARROUPILHAS	82
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
REFERÊNCIAS	123
APÊNDICE A – Artigo	127
ANEXOS	140
ANEXO A – Fôlder Festejos Farroupilhas	141
ANEXO B – Planta-baixa Pavilhão 2	143
ANEXO C – Folheto informativo Codeca	144
ANEXO D – Regulamento Festejos Farroupilhas 2012	146

1 INTRODUÇÃO

O evento Semana Farroupilha foi oficializado através da Lei 4.850, de 7 de novembro de 1964. As comemorações antecedem o dia 20 de setembro, definido pela Constituição Estadual como a data magna do Estado do Rio Grande do Sul. O evento busca a rememoração da Revolução Farroupilha, conflito que envolveu a região de 1835 a 1845, tendo como pano de fundo as disputas políticas e econômicas, buscando maior autonomia local nessas questões.

Diversas cidades do Rio Grande do Sul realizam tais comemorações, marcadas por atividades culturais, em especial de música, dança e lida campeira, ou seja, atividades associadas que reproduzem os fazeres cotidianos nas propriedades rurais da região da fronteira do Brasil com o Uruguai e Argentina, no Sul da América do Sul, em especial no trato dos rebanhos de gado *vacum*.

Este estudo objetivou analisar o evento cultural Festejos Farroupilhas, realizado na cidade de Caxias do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul, seu histórico, sua gestão e a relação com o Turismo. O evento conta com expressiva participação de público e recebe apoio financeiro via leis de incentivo à cultura, bem como patrocínios empresariais. Sua organização, por decreto, é de responsabilidade da Prefeitura Municipal, Brigada Militar, 4ª Coordenadoria de Educação e 25ª Região Tradicionalista.

Nesse evento, a 25ª Região Tradicionalista representa Movimento Tradicionalista Gaúcho – MTG, fundado em 1967 e que divide o Estado do Rio Grande do Sul em Regiões Tradicionalistas. A cidade de Caxias do Sul pertence à 25ª Região Tradicionalista – foco de estudo deste trabalho –, que possui um calendário de eventos com atividades diversificadas. Abrigam desde os festejos da Semana Farroupilha a rodeios internacionais, concursos de poesias e torneios de laço.

Entre os exemplos de atividades culturais realizadas no âmbito do turismo cultural, destacam-se apresentações de expressões culturais, que buscam transmitir informação cultural ou recreação às pessoas. A realização de eventos é uma das atividades citadas pelo Ministério do Turismo, como forma de desenvolver o turismo nos locais. As leis de incentivo cultural, por sua vez, buscam contribuir para viabilizar

financeiramente alguns desses eventos. Através delas, o mercado empresarial é estimulado a apoiar projetos culturais, em especial aqueles que possibilitem um maior acesso à cultura e que promovam a diversidade cultural em manifestações como música, dança, artesanato, folclore, entre outras.

É notável a realização de diferentes tipos de eventos no país, pois multidões participam de eventos sociais, culturais, comerciais, esportivos, técnicos, científicos e religiosos. Através deles, negócios são alavancados, informações são socializadas e a diversão e o entretenimento recebem destaque. Entretanto, os eventos não podem ser reduzidos a questões de gestão, pois estão presentes em diferentes sociedades, ao longo do processo de construção cultural, na forma de rituais, cerimônias e de outros festejos.

No âmbito acadêmico–científico, a realização de eventos é abordada por diversos autores, mas estes, na sua maioria, apresentam-se com ênfase operacional, ao descreverem os passos necessários para a execução de um evento e sua classificação (ALLEN, 2003; ANDRADE, 2007; CANTON, 1998; GIACAGLIA, 2008; MATIAS, 2004; WATT, 2004; YEOMAN et al., 2006; ZANELLA, 2008). A presente pesquisa busca avançar ao operacional, abordando de forma crítica o evento analisado. A relevância desta pesquisa, portanto, está baseada nos seguintes aspectos: escassez de estudos sobre a realização de eventos envolvendo o Movimento Tradicionalista, necessidade de melhor compreensão da gestão do evento Festejos Farroupilhas, visto o uso de verbas públicas e a valorização da realização de eventos, que possam contribuir para o desenvolvimento do turismo cultural, na região da Serra Gaúcha, diversificando sua oferta de produtos.

A escolha do tema deve-se às proporções que o evento Festejos Farroupilhas apresentou nos últimos anos, com duração de quatorze dias; oferece diversificada programação; conta com um público participante estimado de trezentas mil pessoas, sendo que grande parte dos valores investidos é de origem pública.

Perante o exposto, a questão norteadora desta pesquisa é: Qual a contribuição do evento Festejos Farroupilhas, enquanto manifestação cultural, para o desenvolvimento turístico de Caxias do Sul? Como objetivos específicos, visa-se construir um histórico dos Festejos Farroupilha, analisar a gestão do evento e verificar sua presença na divulgação turístico-cultural do Município de Caxias do Sul.

Considerando ser um estudo exploratório de caráter qualitativo, foi realizado por meio de revisão bibliográfica, pesquisa documental, entrevistas e observação. Sua estrutura apresenta cinco partes: na primeira, há a introdução, na segunda aponta-se o referencial teórico que embasa a dissertação, abrangendo o turismo, eventos, gestão de eventos, história do Rio Grande do Sul e do Movimento Tradicionalista Gaúcho. Na terceira, apresenta-se o caminho metodológico utilizado para alcançar os resultados na pesquisa. Na quarta parte, apresentam-se os resultados obtidos na pesquisa documental, em entrevistas realizadas e na observação do evento, seguidos pela análise desses resultados. Para o fechamento, as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para melhor compreensão da temática proposta, a revisão teórica envolveu o aprofundamento de temas como o turismo e turismo cultural, eventos e gestão cultural, assim como buscou caracterizar o *tradicionalismo gaúcho*. Buscaram-se em artigos, livros, teses e dissertações as contextualizações necessárias para o desenvolvimento desta pesquisa. Os autores selecionados são referência nas áreas citadas a seguir e colaboraram no desenvolvimento deste estudo.

O turismo e turismo cultural foram trabalhados a partir de Barretto (2001, 2003), De La Torre (1997), Moesch (2002), Beni (2000, 2002, 2007), Gastal (2012), Gastal e Moesch (2007), Dias (2005), Boullón (1985), Petrochi (2009), Castelli (1990), Ignarra (2003) e Ministério do Turismo (2011). Para a área de eventos, os autores escolhidos foram Matias (2002, 2004), Canton (1998), Allen et al. (2003), Zanella (2008), Giacaglia (2008), Andrade (2007), Yeoman et al. (2006) e Watt (2004).

As políticas públicas de incentivo à cultura e a gestão cultural foram analisadas, pois o evento estudado tem, através delas, a sua sustentação econômica e, portanto, sua viabilização. Para sua compreensão foram abordados os autores Andrade (2001) e Brant (2002), bem como a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da Unesco, a Lei Federal 8.313, de 1991, que estimula o apoio da iniciativa privada ao setor cultural; a Lei 13.490, de 2010, que institui o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais do Rio Grande do Sul e a Lei 4.592, de 1996, que dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Município de Caxias do Sul.

Por fim, o tradicionalismo gaúcho, por embasar ideológica e estruturalmente os Festejos Farroupilhas, que exigiu uma maior atenção teórica, utilizando para tal os autores César (1980), Pesavento (2002, 2008), Barbosa (1995), Oliven (2006) e Hobsbawn (1984).

2.1 TURISMO

A melhor compreensão do *turismo* exige o envolvimento de diversas áreas do conhecimento, levantando discussões sobre origens, precursores, epistemologia e diferentes teorias. A atividade está inserida no setor terciário da economia, envolvendo instituições, órgãos do governo e empresas à sua atuação.

A atividade turística tem sido entendida como o deslocamento de pessoas, de uma região à outra, por tempo limitado, com o objetivo de satisfazer necessidades, retornando posteriormente a sua residência habitual. A palavra *tour* é de origem francesa, derivando do latim *tornare* e do grego *tornos*, que significam *volta* (BARRETTO, 2001).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) adota o conceito de turismo desenvolvido por De La Torre:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (1997, p.16)

O Ministério do Turismo, através da Lei Geral do Turismo 11.771/08, de 17 de setembro de 2008, em seu art. 2º, diz que o turismo envolve as atividades realizadas “[...] por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. E, no seu parágrafo único, complementa o conceito, explicando que as viagens e estadas referidas “[...] devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade”.

Moesch destaca o deslocamento na atividade turística:

[...] o turismo é um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto, explicitadores de uma nova estética diante da busca do prazer. (2002, p.134)

Ao verificar o conceito de turista, a duração da permanência fora da sua residência habitual é uma das variáveis principais na classificação. Para Beni (2007, p. 35) são três as condições para o sujeito do turismo:

- visitante: é a pessoa que visita um lugar, sendo que este lugar não pode ser o de sua residência, seja por qualquer motivo, e que não haja atividade remunerada;
- excursionista: é o visitante temporário que permanece por período inferior a 24 horas no lugar visitado.
- turista: é o visitante temporário que permanece pelo menos 24 horas no lugar visitado, sendo que a viagem pode ser de lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião ou esporte), negócios, família, missões e conferências.

Gastal e Moesch (2007) preferem uma abordagem diferenciada, destacando o turismo cidadão. Segundo as autoras, para viver outros e novos cenários, não seria mais necessário sair dos limites da cidade, visto que esta se tornou um território marcado pela multiplicidade, cujos espaços podem levar ao mesmo estranhamento vivenciado em terras estrangeiras pelo visitante. Os moradores das cidades podem realizar o turismo-cidadão, apropriando-se dos espaços e das situações diferentes da prática rotineira, mesmo sem sair dos limites urbanos por ela delimitados.

A atividade turística compreende um conjunto complexo de relações que devem ser consideradas. Para sua realização e o desenvolvimento, são necessários grupos de prestadores de serviços da área de transportes, alojamento, serviços de alimentação, atividades de recreação, entre tantas outras. É notável que se a atividade turística está direta ou indiretamente ligada a diversas áreas da economia, envolve também o lazer, a cultura, o entretenimento, o meio ambiente, a política, além de permitir o contato entre pessoas.

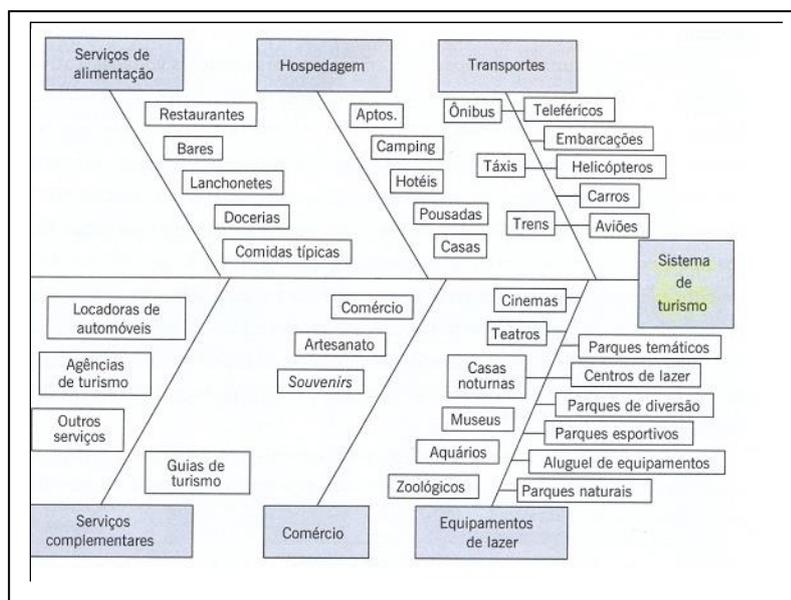
Os principais componentes da oferta turística são os recursos turísticos, tanto os naturais como os culturais. Os recursos naturais são compostos pelo clima, pelos acidentes geográficos, pelo terreno, pela flora, fauna, pelas praias, belezas naturais, entre outros. Já os recursos culturais estão relacionados ao patrimônio arquitetônico; aos acervos dos museus; à cultura da população local, sua gastronomia e artesanato, seus eventos, sua música, literatura, etc.

Dias (2005, p. 61) salienta que “o recurso turístico pode ser definido como todo elemento que por si mesmo, ou em combinação com outros, seja capaz de gerar deslocamentos turísticos”. Boullón (1985), ao pensar o turismo pela ótica do mercado, utiliza a nomenclatura *produto turístico*, sendo ele o resultado de uma série de combinações de serviços efetuados pelas empresas especializadas no atendimento dos viajantes, desde que saem até quando regressem à sua residência.

Petrocchi (2009) faz um comparativo entre o sistema de turismo proposto por Beni, Cuervo e o Diagrama de Ishikawa aplicado à atividade. Enquanto Beni apresenta o Sistema de Turismo (Sistur) em três pilares básicos, sendo eles o conjunto de relações ambientais, o conjunto de ações operacionais e o conjunto da organização estrutural, Cuervo elabora um sistema mais simples, baseado na inter-relação com os transportes, alimentação, lazer, comércio, hospedagem e serviços complementares. A proposta de Beni (2002), em relação ao Sistur, é muito mais completa, trata do turismo com uma visão macro e, para melhor analisar cada item, aponta para os subsistemas que envolvem a atividade.

O Diagrama de Ishikawa, aplicado ao sistema de turismo, torna-se um esquema de visualização dos subsistemas de serviços. Esse diagrama, também conhecido como Diagrama de Causa e Efeito, é uma ferramenta gráfica utilizada principalmente pela administração; ele permite estruturar qualquer sistema que necessite visualização mais ampla.

Figura 1: Diagrama de Ishikawa aplicado ao turismo.



Fonte: Petrocchi (2009, p.11).

Conforme compreendido, os meios de hospedagem são os estabelecimentos hoteleiros, classificados ou não, e extra-hoteleiros (*camping*, casas de família, pensões, etc.). Os serviços de alimentação se referem a restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, confeitarias, cervejarias entre outros. O entretenimento está relacionado a uma vasta gama de atividades, que fazem parte as áreas de recreação, instalações desportivas, parques de diversão, clubes, estádios/ginásios, autódromos, marinas, mirantes, estabelecimentos noturnos, cinemas, teatros, museus, etc.

Os transportes são divididos em aéreos, rodoviários, ferroviários, fluviais e marítimos. Os serviços turísticos, apontados por Beni (2002), como públicos, indicam a infraestrutura de suporte para o desenvolvimento do turismo, e que compreendem o sistema abastecimento de água, energia; estradas, aeroportos, portos, estações ferroviárias e rodoviárias e, de modo geral, são de responsabilidade pública. Já Ignara (2003) descreve os serviços públicos de apoio ao turista em oito grandes grupos, sendo eles: transportes, serviços bancários, serviços de saúde, serviços de segurança, serviços de informação, serviços de apoio a automobilistas, serviços de comunicação e comércio turístico.

Petrocchi (2009) aponta os serviços complementares, como locadoras de automóveis, agências de turismo, guias de turismo e outros serviços. Elenca o comércio, artesanato e *souvenirs* como parte desse sistema. Ignara (2003) inclui, na área de comércio turístico, as lojas de conveniência, lojas de artesanato e lojas de produtos típicos.

Perante a gama de serviços envolvendo o setor e a demanda existente, entidades ligadas ao turismo, como a Organização Mundial de Turismo (OMT) e o Ministério do Turismo, abordam a segmentação do mercado de turismo. Essa divisão é uma forma de organizar a área em termos de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos são estabelecidos com base nos elementos de identidade, da oferta e também das características e variáveis da demanda de uma cidade ou região. A segmentação é definida pela identificação de certos grupos de consumidores, caracterizados a partir das suas especificidades em relação a alguns fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações, ou seja, a partir das características e das variáveis da demanda.

Beni considera que:

Os maiores segmentos desse mercado, por afluência de turistas, são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções, encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico. (2002, pg.153)

Para melhor situar o objeto de estudo deste trabalho, a seguir há um detalhamento maior sobre o Turismo Cultural.

2.1.2 Turismo cultural

De maneira muito ampla, a OMT aborda o conceito de turismo cultural, caracterizado-o pela procura por estudos, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações.

Para este estudo é adotado o conceito do Ministério do Turismo:

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. (2011)

Para Beni (2000), os atrativos turísticos podem ser divididos em três grandes grupos. O primeiro corresponde aos atrativos naturais; o segundo, aos atrativos histórico-culturais; e o terceiro refere-se às manifestações e aos usos tradicionais e populares. Esse terceiro se relaciona a todas as práticas culturais que são tidas como específicas do próprio local ou da região que as integra, considerando as festas e comemorações, as atratividades religiosas, populares e folclóricas, cívicas, gastronômicas, entre outras.

No Brasil, existem diferentes formas de incentivar o *turismo cultural* através da cultura imaterial. O País foi construído por diferentes etnias, sendo que o processo de povoamento e ocupação do território foi realizado por imigrantes de diferentes origens. O turismo pode proporcionar o acesso à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Cabe ressaltar a preocupação de Castelli (1990, p.123) para quem o “turismo deve fazer sobressair a importância do inter-

relacionamento entre as pessoas, dentro de uma consciência de respeito de todos os elementos que formam a cultura de um povo”.

A cultura pode motivar o turista a conhecer cidades ou regiões, a história de determinado povo e suas tradições, bem como a participar dos eventos relacionados às manifestações culturais e religiosas. Para Barretto:

O turismo cultural, no seu sentido mais amplo, seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural será aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem. (2003, p. 21)

Ignara (2003) complementa que as festas religiosas, populares, folclóricas e cívicas se constituem em atrativos culturais. O autor acredita que outro elemento, tido como importante atrativo cultural, é gastronomia típica de uma região, bem como seu artesanato, pelo uso de matéria-prima específica e técnicas de produção.

O Caderno de Segmentação do Turismo, do Ministério do Turismo, na sua terceira edição de 2010, fornece um quadro com exemplos de atividades que podem ser realizadas no âmbito do *turismo cultural*. Salienta-se os passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares, que estão relacionados às apresentações de expressões culturais, com fins de informação cultural ou recreação; para acontecimentos ou formas de expressão relacionadas à música, dança, ao folclore, aos saberes e fazeres locais, às práticas religiosas ou manifestações de fé. O Ministério do Turismo (2011) destaca que os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nessa categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros.

O Brasil é um país com uma diversidade cultural enorme, levando a que cada estado da federação realize eventos com atrações peculiares. São elaborados calendários com as atividades promovidas, com o intuito de divulgar regiões e a cultura predominante. Muitos aproveitam os costumes dos imigrantes; outros, os alimentos produzidos na localidade, em gastronomias diversificadas e, ainda há, neles, espaço para dança e outras atividades da cultura local.

O Ministério do Turismo (2011) cita os benefícios proporcionados por esse segmento de turismo, destacando a valorização da identidade cultural, o resgate da cultura e o intercâmbio cultural proporcionado. Também reconhece a força geradora

de postos de trabalho, emprego e renda, que o *turismo cultural* impulsiona, dinamizando o setor de negócios e a economia.

Dentro desta perspectiva, cabe buscar elementos teóricos sobre a gestão de eventos, seu contexto histórico, conceitual e tipológico.

2.2 EVENTOS: CONTEXTO HISTÓRICO, CONCEITUAL E TIPOLÓGICO

Os eventos constituem parte significativa do fluxo de pessoas, atendendo as exigências de mercado em relação ao entretenimento, lazer, descanso, conhecimento e a tantas outras motivações. Podem valorizar a comunidade local, quando identificados com o espaço onde se realizam, ou simplesmente atender o mercado consumidor. A seguir, será apresentado o conceito de evento, sua relação com o turismo e a tipologia apresentada por diferentes autores.

2.2.1 Conceituações

Hoje, os eventos são extremamente importantes para o desenvolvimento do turismo. Contribuem para seu incremento de diversas maneiras: são capazes de estimular contatos comerciais; divulgam a região de realização; estimulam os serviços auxiliares existentes; contribuem para a diminuição da sazonalidade dos hotéis em períodos de baixa temporada; geram empregos e trazem benefícios à comunidade, entre outros.

Nas últimas décadas, observa-se o crescente aumento de eventos públicos, privados, de celebrações e entretenimento. O Poder Público, de forma geral, apoia a realização de eventos, como forma de impulsionar o desenvolvimento econômico e cultural. As organizações privadas adotam os eventos como parte do planejamento estratégico de marketing, e a comunidade, movida pelos seus interesses, organiza eventos também.

Os indivíduos, de maneira geral, sentem a necessidade de marcar ocasiões importantes da sua vida, de festejar momentos especiais. De acordo com Matias (2002, p. 2), “os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na antiguidade e que atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo nossos dias”.

A realização de eventos exige técnicas de organização. Canton, afirma:

Evento é a soma de ações previamente planejadas, com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo. Planejadas, porque ele se realiza levando-se em consideração um fato ou acontecimento e as estratégias necessárias para viabilizá-lo de acordo com os interesses e expectativas de um cliente ou promotor, e os objetivos a serem alcançados junto a um determinado público. (1998, p. 102)

Allen et al. também fazem observações sobre o planejamento dos eventos e propõem a expressão “eventos especiais”. Explicam que estes

foram criados para descrever rituais, apresentações ou celebrações específicas que tenham sido deliberadamente planejados e criados para marcar ocasiões especiais ou para atingir metas ou objetivos específicos de cunho social, cultural ou corporativo”. (2003, p. 5)

Para esses autores, os eventos especiais são classificados de acordo com seu porte e escala, tendo como categorias comuns os megaeventos, os eventos de marca e os eventos de grande porte. Entre esses eventos, inclui as festividades nacionais, performances culturais, competições esportivas e promoções comerciais.

Zanella, ao definir eventos, comenta sobre seu objetivo:

O evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportivo, social, familiar, religioso, científico, etc. (2008, p.13)

Percebe-se que existe um consenso a respeito das definições de evento. Em resumo, consiste em um acontecimento diferenciado, que reúne pessoas com interesses comuns, para atingir objetivos e metas estabelecidos em seu planejamento.

2.2.2 Histórico dos eventos

A realização de eventos está presente em diversos momentos da história. Durante a Idade Média, os eventos religiosos e comerciais provocaram o deslocamento de um grande número de pessoas, incluindo os membros do clero e mercadores. As feiras surgiram naquela época e aconteciam pela necessidade de venda, aquisição ou troca de produtos de alimentação, vestuário e também de armamento, além de outros produtos não produzidos na propriedade rural. Possuíam caráter local, regional e até internacional.

Em meados do século XVIII, a Revolução Industrial operou diversas mudanças na sociedade, transformando o trabalho manual em mecanizado, apoiado pelo surgimento de novos tipos de energia, como a máquina a vapor ou a combustão. Essas mudanças impulsionaram a realização de feiras para venda de produtos, bem como colaboraram para o surgimento dos eventos de caráter científico e técnico, promovidos por entidades que buscavam o envolvimento com o conhecimento. Com a Revolução Industrial, os eventos ganharam grande abrangência, pois eram apresentadas as novidades que estavam sendo produzidas pela indústria à comercialização, gerando riqueza para o país.

No Brasil, o surgimento de eventos é anterior à chegada da Família Real (1808). Ocorriam algumas feiras semelhantes às da Idade Média, quando os comerciantes armavam barracas para vender seus produtos. Geralmente, elas aconteciam nos domingos ou dias santos. Para adquirir conhecimento em termos técnicos e organizacionais, o País começou a participar de feiras internacionais. As principais foram as Exposições: Internacional de Londres (1851), Universal de Paris (1867 e 1889), Universal de Viena (1873), de Filadélfia (1876) e Universal Colombiana de Chicago (1893), conforme relata Matias (2004).

A atividade de eventos no País somente tomou impulso após a Segunda Guerra Mundial, mais especificamente a partir da década de 50, com a organização das classes profissionais e com o desenvolvimento industrial no Brasil. O primeiro evento oficial foi a Fenit – Feira Nacional da Indústria Têxtil, realizada em 1958, na cidade de São Paulo. (GIACAGLIA, 2008)

Conforme apontam diversos autores, os eventos sociais eram muito requintados; os clubes sociais disponibilizavam espaço para a realização de atividades e também ofereciam diversos serviços. Todo esse processo evolutivo provocou a organização do setor de eventos, causando o surgimento de entidades e associações especializadas, para planejar e criar mecanismos de sustentação da atividade no Brasil e no mundo. (MATIAS, 2004)

2.2.3 Tipologias dos eventos

Os eventos são apresentados sob diversos tipos ou modalidades, de acordo com a área, o fator gerador, os objetivos, a abrangência, as características estruturais, a natureza, entre outros. Ao analisar o evento de acordo com a área de interesse, Matias (2002, p. 62) os classifica em:

- artísticos: relacionados a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras;
- científicos: trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outros;
- culturais: ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional;
- cívicos: trata de assuntos ligados à pátria;
- desportivos: ligados a qualquer tipo de evento do setor esportivo, independentemente de sua modalidade;
- folclóricos: tratam de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;
- de lazer: proporcionam entretenimento ao seu participante;
- promocionais: promovem um produto, uma pessoa, entidade ou um governo, seja promoção de imagem ou apoio ao *marketing*;
- religiosos: tratam de assuntos religiosos, seja qual for o credo;
- turísticos: exploram os recursos turísticos de uma região ou país, por meio de viagens de conhecimentos profissionais ou não.

Ao serem abordados por sua tipologia, os autores Zanella (2008) e Andrade (2007) possuem afinidade quanto à nomenclatura usada e descrição das atividades. Para melhor entendimento, elencam-se os tipos de eventos:

- assembleia: reunião numerosa de pessoas para determinado fim; sessão em que se reúne a maioria de sócios de qualquer associação, para exposição de informações ou tomada de decisões;
- colóquio: conversação ou palestra entre duas ou mais pessoas; é um espaço de conversação despojado das formalidades de outros eventos como seminários e simpósios, tendo como objetivo maior discutir e tomar decisão sobre determinado assunto;
- conferência: exposição de um tema geral, feito por especialistas de elevada qualificação; discussão entre duas ou mais pessoas sobre assunto de interesse comum, sendo realizada em ambiente amplo e com mesa principal ocupada por autoridades ou convidados especiais;
- congresso: encontro solene com elevado número de participantes, no qual são apresentados e debatidos assuntos da atualidade e de interesse de determinada categoria, podendo, no final, gerar um documento oficial: “anais do congresso”;
- convenção: encontro ou reunião de indivíduos ou de representações de classe ou associações, em que se delibera sobre determinados assuntos, o que se aplica também à conferência e ao congresso;
- curso: reúne público determinado, de acordo com tema ou área do conhecimento previamente informadas;
- debate: discussão em torno de tema específico, através de vários debatedores, defendendo pontos de vista e posições diferentes. Deve ser dirigido por um mediador ou moderador;
- desfile: evento promovido, em sua maioria, por empresas de confecção e moda, para apresentação de produtos; é coordenado por um mestre de cerimônias;
- encontro: reunião ou evento com pauta estabelecida para encaminhar a conversa;

- exposição: evento que objetiva a apresentação de produtos, serviços e técnicas; pode ser realizado para pequeno público ou mesmo para multidões, conforme o tema da atividade;
- feira: evento de caráter comercial com concentração de animais, produtos e serviços, a serem comercializados, reunindo vendedores, compradores, fomentadores e financiadores. O objetivo da feira não é proporcionar contato com o consumidor, mas com os canais de negociação e comercialização. Podem ter acesso restrito ou livre acesso ao público;
- fórum: consiste em uma apresentação de determinado assunto, seguida por perguntas e comentários. Destinado exclusivamente às pessoas que dominem o assunto a ser tratado;
- jornada: reúne grupos profissionais para apresentação, troca de ideias e discussão de temas atuais e de interesse específico dos participantes. Geralmente ocorre em dois ou mais dias, tendo programação estabelecida;
- mesa-redonda: evento de curta duração em que pessoas com elevado nível de conhecimento sobre determinada área discutem ou deliberam sobre o tema central estabelecido;
- mostra: evento realizado em diferentes áreas, com o objetivo de apresentar produtos, serviços ou ideias; não é um evento de curta duração;
- painel: atividade onde o orador realiza a exposição sobre determinado assunto, estabelecendo uma visão, ou esboçando um panorama em relação ao tema;
- palestra: apresenta características de uma conferência com menor formalidade, e o público possui noções do assunto;
- reunião: acontecimento que proporciona o encontro de diversas pessoas num determinado local, para tratar de qualquer assunto;
- semana: referindo-se ao evento, espaço de tempo, correspondente ou não a uma semana, em que ocorre determinado fato. Os temas são variados;
- seminário: pode ser técnico ou profissional, e reúne pessoas de com um mesmo nível e igual qualificação, as quais, estruturadas em grupos ou em salas menores, discutem a matéria referente ao tema central;

- simpósio: reunião de cientistas, técnicos, escritores, artistas, para discutir determinado assunto. Pode ser realizado em um ou vários dias e exige participação ativa dos participantes;
- workshop: num conceito mais amplo, também é entendido como oficina ou laboratório; em geral, objetivam contatos comerciais de curta duração.

Para Andrade, pode-se destacar, ainda que não representem eventos, mas que fazem parte dos mesmos e são mencionados na divulgação, o café da manhã, o *brainstorming*, o coquetel e o *coffee break*. Conforme observado na prática, acredita-se que almoços e jantares deveriam ser incluídos nessa lista.

Observa-se que cada evento possui um tema central e um público específico. Em relação ao público-alvo, Matias (2004, p. 76) afirma que os eventos podem ser classificados em dois tipos:

- a) eventos fechados: ocorrem dentro de determinadas situações; o público é convidado ou convocado a participar;
- b) eventos abertos: atingem todas as classes de público, a entrada é por adesão ou aberta, em geral.

Ainda abordando a tipologia dos eventos, eles podem ser classificados quanto à sua periodicidade. Para Giacaglia (2008), eles podem ser esporádicos, periódicos ou de oportunidade. Os eventos esporádicos são aqueles realizados sem periodicidade definida ou fixa; acontecem de acordo com o interesse específico do seu promotor. Já os eventos periódicos possuem data fixa para serem executados; geralmente são anuais ou realizados cada dois anos. Os eventos de oportunidade, assim como os esporádicos, não possuem periodicidade predeterminada, acontecem perante uma oportunidade ou necessidade do momento.

Os eventos também podem ser classificados segundo a sua abrangência, defende Andrade (2007) que podem ser de ordem internacional se pelo menos 20% dos participantes são de outro continente; latino-americano, tendo no mínimo 20% dos participantes que representam quatro países que não aquele onde irá acontecer o evento; nacional, quando os participantes são de diferentes estados do mesmo país; estadual, devido aos participantes serem de determinado estado do país e municipal, quando o evento é de interesse local, restrito a uma cidade.

Pugen (2008), ao analisar um evento segundo suas características estruturais, classifica-o pelo porte, que pode ser pequeno, médio e grande.

- a) pequeno: com até 200 participantes;
- b) médio: com o público entre 200 e 500 participantes;
- c) grande: evento com mais de 500 participantes.

Pelo Ministério do Turismo, segundo os Marcos Conceituais propostos, são classificados de acordo com a natureza das relações que buscam estabelecer. São eles: comerciais, promocionais, técnicos, científicos e sociais. São denominados comerciais os eventos associados a transações de compra e venda de produtos e serviços; promocionais, quando objetivam apenas a divulgação; técnicos e científicos, ao abarcarem especialidades, processos, habilidades, domínio de uma prática, arte ou ciência; e sociais, por envolverem assuntos próprios da sociedade, comunidade ou agremiação, com vistas ao bem comum.

Os eventos comerciais visam à apresentação e demonstração de produtos e serviços, com o objetivo de comercialização. Estão incluídas nesse contexto as feiras, que além de gerarem negócios também proporcionam conhecimento sobre as novidades do mercado e ampliação de rede de contatos entre empresas e instituições. O segmento possui tamanha proporção, que publica calendário das principais feiras de negócios do Brasil pela União Brasileira de Promotores de Feiras (Ubrafe).

Os eventos promocionais são promovidos por entidades e empresas. Matias (2004) define esse tipo de evento como aquele que promove um produto, um pessoa, entidade ou governo, quer para promoção de imagem, que como apoio ao marketing. Giacaglia (2008) indica que sua finalidade é primordialmente comercial e objetiva resultados de alavancagem de vendas imediatas, seja para construir uma imagem favorável à marca, seja para divulgar produtos e serviços.

Já os eventos técnico-científicos proporcionam a transmissão do conhecimento e a troca de informações entre os participantes. São exemplos: congressos, conferências, debates, fóruns, mesa-redonda, reuniões, simpósios, seminários, painéis e palestras. Os eventos de cunho social geralmente envolvem confraternizações e comemorações, e podem ser realizados por uma entidade, de profissionais ou de um determinado grupo social. São exemplos de eventos sociais os religiosos, militares, políticos, culturais, institucionais e esportivos.

Perante o exposto, verifica-se que os eventos são classificados em diferentes categorias. O entendimento desses itens pode contribuir para que o planejamento do evento alcance sucesso.

2.2.4 Gestão de eventos

Apesar de os eventos apresentarem tipologias distintas, a maioria deles segue o mesmo processo de organização. Para Yeoman et al. (2006), um evento possui quatro fases de desenvolvimento, são elas: decisão, planejamento detalhado, implementação e avaliação. Para melhor avaliar os eventos relacionados a esse estudo, será abordada cada etapa desta construção.

2.2.4.1 Decisão

Nessa etapa, deve-se determinar se o evento será realizado. Yeoman et al. (2006) citam cinco atividades que compreendem a fase de decisão:

- catálise: refere-se à ideia do evento, aos catalisadores, que geralmente são pessoas que participam com sugestões e não possuem conhecimento técnico para sua organização;
- especificação das metas e objetivos do evento: são de suma importância e devem ser definidos com urgência, já que podem causar impacto em muitos aspectos do evento;
- estabelecimento da comissão gestora: cabe à comissão planejar o evento, implementá-lo e realizar sua avaliação;
- delineamento do estudo de viabilidade: para eventos que envolvem maiores riscos de fracasso, é indicado realizar pesquisa de mercado e estudo de viabilidade financeira;

- tomada de decisão: momento de decisão sobre a realização do evento. Fase em que são feitas alterações no projeto original para garantir o sucesso do mesmo.

As metas dos eventos podem se enquadrar em três categorias principais: econômicas, sociais e culturais e políticas. As metas sociais e culturais são voltadas ao incentivo, à participação da população do local, para somar conhecimento sobre eventos, tradição, aumentar o orgulho cívico, satisfazer as necessidades de grupos de interesses especiais ou conservar o patrimônio local. Os eventos podem incentivar o voluntariado, a cooperação e a interação entre diferentes culturas. Yeoman et al. (2006, p. 17) ressaltam que, “em muitos eventos o interesse econômico está em alcançar o ponto de equilíbrio”.

2.2.4.2 Planejamento detalhado

Todas as fases de organização de um evento são importantes, mas cabe ressaltar a importância do planejamento, como fator principal para a obtenção do sucesso. Essa fase deve ser elaborada de forma criteriosa, e os detalhes devem ser observados. Para Watt (2004, p. 40) “planejar é o processo de estabelecer metas e decidir sobre a melhor estratégia para conquistá-las”. O tempo gasto no planejamento é um investimento, visto que elimina esforços inúteis, antecipa o acontecimento de algumas situações e reduz as incertezas.

Allen et al. (2003) reforçam que o planejamento detalhado é a essência da gestão do evento. Elencam diversos itens para observação, são eles:

- definição do produto do evento;
- tema;
- local e espaço para o evento;
- cronograma;
- preço do ingresso;
- estudo financeiro;

- *marketing*;
- gestão de recursos humanos.

A definição do produto está relacionada às atividades principais que irão acontecer. Elas são determinadas pela natureza do evento e pelo orçamento disponível. Conforme o porte do evento, as atrações secundárias são atividades importantes, sendo em muitos casos consideradas as principais para grupos de participantes.

O tema do evento é responsável por conceber a respectiva imagem. Allen et al. (2003, p. 290) salientam que “é o tema do evento que o diferencia de outros eventos”. Independentemente da natureza do evento, uma vez estabelecido o tema, os elementos do evento precisam ser elaborados para se encaixarem na temática central. Essa tarefa é bastante objetiva nas decisões das atrações, na decoração e alimentação.

Allen et al. (2003) acreditam que existe uma distinção entre o local do evento e o espaço. O termo *local* indica, de maneira ampla, onde o evento acontecerá, em uma praça por exemplo. Já o espaço para o evento está relacionado ao local específico de sua realização, dentro de um local, como o auditório do Bloco 46 da Universidade de Caxias do Sul. Alguns autores da área não fazem essa separação, consideram o local como a sede de realização de um evento, o que também é adotado neste estudo.

Existem diversos ambientes disponíveis para a realização de eventos, espaços já estabelecidos para esse tipo de atividade, o que facilita na etapa de organização e a infraestrutura. É possível inovar e realizar eventos em locais diferentes e inusitados, mas os detalhes devem ser observados minuciosamente.

Alguns elementos devem ser analisados na escolha do local, como o tamanho e a capacidade do espaço, as instalações e conectividades com tecnologias de comunicação, história e centralidade, no que se refere à proximidade ou facilidade de acesso a aeroporto, rodoviárias, hotéis e a outros prestadores de serviços.

O cronograma se refere ao detalhamento de atividades e as datas para a realização de tarefas. Já o preço do ingresso deve ser analisado conforme o perfil do evento e seus objetivos. Os custos fixos e variáveis devem ser analisados no momento de elaborar a precificação.

Um evento não será bem-sucedido, caso não aconteça o equilíbrio financeiro. Para a realização de eventos locais, os valores não são altos, mas caso seja de porte nacional ou internacional, deve haver precaução na sua realização. O ideal é que os valores estejam disponíveis antes de o evento acontecer. Watt indica os benefícios da realização de orçamento no projeto financeiro:

Um orçamento bem feito é fundamental para o bom funcionamento e a credibilidade de qualquer evento. É necessário orçar com cuidado, tanto para descobrir as necessidades do evento em termos financeiros, quanto para criar um mecanismo de monitoramento durante o processo de planejamento e implementação. (2004, p. 61)

No Brasil, diversos órgãos governamentais apoiam a realização de eventos através de subsídios. Foram criadas as leis de incentivo e os fundos, os mesmos são regidos por leis e decretos, visto que apresentam benefícios sociais, políticos ou econômicos para a comunidade local. É comum também entidades públicas destinarem verbas para patrocínios de ações, projetos e eventos. Pode-se citar, como exemplo, o Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Barrisul), uma instituição financeira regional, que possui envolvimento com times de futebol do estado, escolas e até eventos comemorativos com caráter cívico ou comunitários.

Zanella (2008, p. 153) explica que “o patrocínio é um investimento feito pelas empresas. Ainda que o resultado não seja mensurável imediatamente, a médio e longo prazo projeta e consolida a imagem no mercado”. O patrocínio gera visibilidade da empresa no mercado e, em particular, ao público-alvo desse evento.

O apoio de patrocinadores poderá ser feito também por meio de produtos e prestação de serviços, como hospedagem, transporte, instalação de equipamentos, entre outros. O patrocínio de eventos não envolve somente valores financeiros. As formas tradicionais de patrocínio ou apoio apontadas por Zanella (2008) são:

- contribuição financeira;
- doação de brindes para distribuição gratuita ou venda (toalhas, canetas, avental, material de escritório, copos e taças, camisetas, entre outros);
- empréstimo de equipamentos, utensílios, móveis;
- prestação de serviços técnicos;
- fornecimento gratuito de produtos para venda (consignação);
- hospedagem e transporte para os convidados e participantes especiais (autoridades, palestrantes, músicos).

Ao analisarmos a divulgação de um evento, Allen et al. (2003) conceituam esse item como *marketing* do evento, destacando as técnicas promocionais de publicidade, relações públicas e *merchandising*. Já no Brasil, utilizamos também o jornalismo e uma variedade de materiais institucionais e de divulgação, que são produzidos conforme o porte do evento e o público-alvo envolvido.

A gestão de recursos humanos é parte importante no planejamento de um evento, visto que diversos colaboradores se envolvem com a atividade. Para cada evento deve ser definido o número de colaboradores para, então, descrever cada cargo e suas atribuições na atividade. A equipe de trabalho deve ser qualificada e receber treinamento para execução de atividades. Profissionais com experiência executam com maior facilidade as tarefas e se tornam aptos a encaminhar imprevistos simples.

2.2.4.3 Implementação

A implementação é a execução das ações previstas no planejamento. Nessa etapa, é importante o monitoramento e a avaliação das atividades. O monitoramento do progresso do evento refere-se ao acompanhamento e à supervisão das atividades. Para Yeoman et al. (2006), é o momento em que é necessário adotar as ações corretivas para o melhor desenvolvimento do planejamento. Cabe bom senso para lidar com acontecimentos inesperados, como falta de água ou luz, cancelamentos de palestrantes ou tumultos, que geralmente estão fora de controle dos organizadores.

2.2.4.4 Avaliação

A avaliação deve ser criteriosa, realizada durante o evento e também no seu final, seja ele de pequeno ou grande porte. Os processos e os resultados devem ser

avaliados, bem como a atuação dos funcionários, dos patrocinadores, dos participantes do evento e da comunidade. Os fatores ambientais também devem merecer atenção desde o planejamento. Diversas informações para averiguação podem ser obtidas com a equipe de trabalho, sendo necessário o retorno dos colaboradores. Os participantes do evento colaboram com a opinião em diversos quesitos. É indicado elaborar questionário formal ou realizar entrevistas.

Os estudiosos da área de eventos salientam que, somente através da avaliação, é possível afirmar se o evento foi exitoso na sua realização e no cumprimento dos objetivos e das metas traçadas na fase de planejamento. É indicado elaborar um relatório do evento, documento que deve registrar as fases, a avaliação e as sugestões de melhorias para as próximas edições.

Para melhor entendimento sobre a caracterização do evento, foco deste estudo, torna-se necessário compreender as políticas públicas de incentivo à cultura e a gestão cultural.

2.3 POLITICAS PÚBLICAS E GESTÃO CULTURAL

As políticas públicas se referem às diretrizes e aos princípios norteadores de ação do Poder Público, seja ele na esfera municipal, estadual ou federal. São as regras e os procedimentos estabelecidos para ações entre o Poder Público e a sociedade, seja de entidades do terceiro setor, seja da iniciativa privada, explicitadas em documentos como leis e programas, que geralmente envolvem o investimento de recursos públicos. Em termos culturais, as políticas públicas são voltadas para as intervenções que orientam o desenvolvimento simbólico e satisfazem as necessidades culturais da população.

2.3.1 Políticas públicas de incentivo à cultura

O Brasil adotou, em 20 de outubro de 2005, a Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura, em sua 33ª reunião, celebrada em Paris naquele ano, como diretriz para realizar a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais no Brasil. Criou uma cartilha conforme o Decreto Legislativo 485/2006.

Esse decreto também se refere às disposições dos instrumentos internacionais adotados pela Unesco na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, de 2001. O documento é o primeiro instrumento de definição de padrão internacional destinado a preservar e promover a diversidade cultural e o diálogo intercultural.

A Unesco vem trabalhando para um entendimento mais amplo da cultura e destaca, na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural doze artigos principais. O art. 1º salienta que diversidade cultural, manifestada pelos grupos e as sociedades, deve ser consideradas o "patrimônio comum da humanidade". Nesse sentido, deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras.

A Declaração aborda, no seu art. 2º, o importante papel do reconhecimento da diversidade cultural na elaboração das políticas governamentais que favoreçam a inclusão e a participação dos cidadãos. Já no art. 3º destaca a importância do papel da "diversidade cultural como fator de desenvolvimento".

A diversidade cultural amplia a gama de opções abertas a todos. Ela é uma das fontes do desenvolvimento, entendido não só em termos de crescimento econômico, mas também como acesso a uma existência mais satisfatória - intelectual, emocional, moral e espiritualmente.

Os arts. 4º, 5º e 6º destacam a relação entre direitos humanos e a diversidade cultural; abordam a liberdade de expressão e a igualdade de acesso às expressões artísticas, ao saber científico e tecnológico.

Os arts. 7º, 8º e 9º mencionam as relações entre diversidade cultural e criatividade. Salientam também que as políticas culturais devem criar condições para a produção e difusão de bens e serviços culturais, diversificados por meio de

indústrias culturais que tenham capacidade para desenvolver-se nos planos local e mundial.

Os arts. 10º e 11º reforçam a criação de bens culturais em escala mundial, especialmente no contexto da globalização e estabelecem relações entre o setor público, privado e a sociedade civil. E, para concluir, o art. 12 indica algumas funções da Unesco e de agências internacionais na execução e no fomento dos objetivos descritos na Declaração.

De acordo com Brant (2002, p. 20) “a transformação da sociedade brasileira se dará, sem dúvida, pela cultura”. O autor acredita que a grande diversidade e a riqueza cultural existente no Brasil, juntamente com o potencial transformador, são os fatores que podem garantir o crescimento social da população.

As leis de incentivo à cultura, criadas pelo governo brasileiro, nas esferas municipal, estadual e federal, são uma forma de promover a diversidade cultural no País, visto que as mesmas devem estar amparadas em planejamento, e sua execução deve beneficiar a população. Mas aplicá-las, ou beneficiar-se dos seus méritos, exige competência gestora dos agentes culturais.

2.3.2 Gestão cultural

Em seu sentido original, conforme aponta Andrade (2001), a palavra portuguesa “gestão”, vem do termo latino *gestio*, que expressa a ação de dirigir, de administrar. Ela pode ser exercida por órgãos públicos, iniciativa privada e também por instituições do terceiro setor.

O Ministério da Cultura foi criado em 1985, pelo Decreto 91.144, de 15 de março daquele ano. Reconhecia-se, assim, a autonomia e a importância dessa área fundamental, até então tratada em conjunto com a educação. A cultura, ademais é o elemento fundamental e insubstituível na construção da própria identidade nacional; é, cada vez mais, um setor de grande destaque na economia do País, como fonte de geração crescente de empregos e renda. O Ministério da Cultura (2011) incentiva a

gestão cultural através do Sistema Nacional de Cultura (SNC) que possui o objetivo geral de:

Formular e implantar políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da federação e a sociedade civil, promovendo o desenvolvimento – humano, social e econômico – com pleno exercício dos direitos culturais e acesso aos bens e serviços culturais.

O SNC é responsável pela elaboração de propostas para os fundos de cultura, relatórios de gestão, conferências de cultura, planos de cultura e orçamento participativo da cultura.

Andrade (2001, p. 25) reforça que “a gestão deve ser encarada como a resposta de fazer-se um planejamento técnico criterioso, para atingir os objetivos pretendidos”. É muito comum atribuir as falhas, em serviços e eventos do turismo, à falta de qualificação da equipe envolvida. No entanto, há muita improvisação nos quadros profissionais do lazer e turismo. A gestão dessas áreas deve ser observada com rigor e atenção especial.

O gerenciamento é fundamental para garantir sucesso aos eventos, o que inclui os eventos culturais. Watt (2004, p. 37) complementa: “Gerenciamento é fazer com que as coisas aconteçam, por intermédio de pessoas eficazes e processos eficientes.” Essas pessoas são chamadas de gerentes ou gestores. Destaca as principais funções de gestão, como sendo: organização, planejamento, motivação, comunicação, criação, controle e solução de problemas.

A gestão de eventos está inserida nesse contexto, sendo que apresenta características próprias. A área de pessoal merece atenção devido à particularidade dos eventos, que, na maioria, são transitórios. O vínculo com a atividade é por um curto espaço de tempo e é necessário reunir uma equipe capacitada, para realizar treinamentos e motivar.

2.3.3 As leis de incentivos e os eventos culturais

As leis de incentivo à cultura (LIC), nas suas diferentes esferas, incentivam a realização de eventos culturais. Cada LIC possui a sua divisão por áreas e por

montante de valores disponíveis. Aprovam projetos com a intenção de promover a cultura, seja local e regional, seja nacional.

Entre as ferramentas de incentivo à cultura, no Brasil está a Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet), criada como uma das formas de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural, através de renúncia fiscal. Significa dizer que o governo abre mão de parte da arrecadação devida, como imposto de renda, pelas empresas, desde que as mesmas apliquem esses valores em projetos culturais. Mas, há um procedimento a ser seguido. Primeiro, o interessado – que passa a ser tratado como “proponente” – apresenta uma proposta cultural, na forma de projeto, ao Ministério da Cultura (MinC). O projeto é submetido a várias instâncias de avaliação, uma delas por pareceristas externos ao Ministério e, caso seja aprovada, recebe autorização para captar recursos com as pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real, visando à execução do projeto.

Os incentivadores que apoiarem o projeto poderão ter o total ou parte do valor desembolsado deduzido do imposto devido, dentro dos percentuais permitidos pela legislação tributária. A Lei Rounet (2011) apoia propostas culturais que abrangem os seguintes segmentos: teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres; literatura; música; artes plásticas e gráficas, gravuras e congêneres; cultura popular e artesanato; patrimônio cultural material e imaterial (museu, acervo, etc.), entre outros. Todas essas propostas são recebidas pela Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura (Sefic).

Em termos estaduais, o Rio Grande do Sul, implantou em julho de 2010, a Lei 13.490, de 21 de julho de 2010, que institui o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais (Pró-cultura) e dá outras providências. No seu art. 1º, a atual legislação dispõe:

Art. 1º Fica instituído, no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais – PRÓ-CULTURA, com a finalidade de promover a aplicação de recursos financeiros decorrentes de incentivos a contribuintes e do Fundo de Apoio à Cultura, em projetos culturais, na forma estabelecida por esta Lei.

Parágrafo único: A aplicação dos recursos financeiros do Sistema de que trata esta Lei deverá observar as seguintes diretrizes:

I – distribuição dos recursos entre os diversos segmentos culturais e áreas de interesse cultural;

II – distribuição dos recursos a projetos culturais das várias regiões do Estado;

- III – transparência, através da divulgação à sociedade, por intermédio de sítio próprio na Rede Mundial de Computadores, com atualização bimestral, de todas as informações referentes à utilização dos recursos financeiros e sua efetiva aplicação na realização de atividades culturais;
- IV – estímulo a novas iniciativas culturais;
- V – promoção e facilitação do acesso à cultura pelos diversos segmentos da sociedade riograndense.

Já no seu art. 4º, aponta para as áreas a que deverão estar relacionados os projetos culturais. Destaca-se o grupo I que envolve as áreas culturais de: a) artes cênicas: dança, teatro, circo e outras manifestações congêneres; b) música; c) tradição e folclore; d) carnaval de rua; e) artesanato; f) culturas populares;

O Município de Caxias do Sul possui a Lei 4.592, de 18 de dezembro de 1996, que dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Município de Caxias do Sul. O art. 4º também destaca as áreas de abrangência pela lei, são elas: a) música e dança; b) artes cênicas (teatro, circo, etc.); c) cinema e vídeo; d) literatura; e) artes visuais; f) folclore, artesanato e outras manifestações da cultura popular; g) preservação de bens culturais; h) acervos do patrimônio cultural de museus, arquivos históricos, centros culturais e bibliotecas; i) patrimônio paisagístico; j) pesquisa científica nas diferentes áreas do conhecimento.

As leis de incentivo oferecem benefício fiscal (à pessoa física ou jurídica) como atrativo para investimentos em cultura. Atualmente existem leis de incentivo federais, estaduais e municipais, conforme descrito. Acredita-se que a criação dessas leis esteja relacionada ao potencial econômico do setor e à transferência de parte da responsabilidade do governo para as empresas e para a sociedade como um todo. Brant (2002) aponta para o disparate em que se tornaram as leis de incentivo, pois as empresas recebem apoio do governo para ações culturais e as transformam em *marketing*, ou seja, deixando em segundo plano o princípio da cultura como força transformadora de um povo. O autor enfatiza:

O apoio, sobretudo financeiro, do governo a ações de empresas que pretendem realizar ações culturais leva-nos a crer que o tipo de relação em que se constroem os incentivos a cultura é de “corrupção institucionalizada”, permitindo a transferência de dinheiro público pra fins meramente privados. (Brant, 2002, p. 45)

O *marketing* cultural está relacionado à exposição de marcas e produtos no processo de conquista de mercado, associada à produtos culturais. São ações

planejadas que visam ao envolvimento de uma empresa com o seu público-alvo, por meio de atividade cultural. Ao patrocinar um evento, por exemplo, a empresa pode associar sua marca àquele tipo de música ou ao artista; também pode oferecer amostras de produto; distribuir ingressos para os seus funcionários e clientes especiais; realizar pesquisas no local do evento com os participantes, entre tantas outras ações.

O *marketing* cultural tem recebido destaque no meio empresarial, pois apresenta bons resultados para a construção de imagem de marca, e seu custo é inferior ao de anúncios em mídia convencional, através da publicidade e propaganda. Ao apoiar ou patrocinar uma atividade cultural, a empresa busca diferenciar-se das demais; ela se destaca pelo posicionamento socialmente responsável e amplia o seu contato com o consumidor.

Brant (2002) considera que o patrocínio da cultura no Brasil é atrativo às empresas por sua capacidade de gerar eventos, que possam atrair o público de interesse; gerar produtos para distribuição como brinde e proporcionar visibilidade de marca.

O investimento em marketing cultural, através das leis de incentivo, tem atraído diversos segmentos empresariais. Empresas de diferentes portes podem participar. Existem projetos com diferentes orçamentos. As empresas de grande porte são as que mais investem na área, em virtude do volume de valores movimentado. Para Brant (2002, p. 69) “mesmo as empresas internacionais precisam estabelecer relações de empatia e vínculo com o público consumidor das regiões onde instalam suas fábricas ou ponto de venda”.

Perante o exposto, ou seja, o envolvimento de verbas públicas e a intenção empresarial de divulgação de marca, através de projetos envolvendo as leis de incentivo, torna-se oportuno buscar maior entendimento sobre a gestão cultural.

A presente pesquisa analisou o evento Festejos Farroupilhas, promovido pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho e que recebe apoio de Lei de Incentivo à Cultura. Considera-se que este evento, ao receber o apoio de tais leis, se enquadra como cultural, discussão que não será estendida na presente análise, mesmo que haja polêmica entre os diversos agentes culturais, sobre a pertinência propriamente cultural dos ditos eventos “tradicionalistas” do Rio Grande do Sul.

Para melhor compreensão do evento Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul, julga-se necessário introduzir, como segue, uma contextualização da história do Rio Grande do Sul, que levou ao surgimento do “tradicionalismo” no estado, bem como de sua institucionalização no denominado Movimento Tradicionalista Gaúcho.

2.4 O RIO GRANDE DO SUL E O MOVIMENTO TRADICIONALISTA

O Rio Grande do Sul localiza-se no extremo Sul do Brasil, sendo uma região de fronteira com a Argentina e o Uruguai. A localização geográfica e a situação histórica de disputa de fronteiras levam ao que seria uma história fascinante e dramática, conforme César (1980, p.16). A presença europeia iniciou no século XVI, a partir de expedições litorâneas de exploração e comércio de pau-brasil, típico da fase pré-colonizadora, as quais chegaram até o litoral do extremo Sul do Brasil. Pesavento (2002) relata que, durante essas viagens, foram feitos registros e descrições do local, que recebia o nome de “Rio Grande de São Pedro”.

A região não foi explorada por mais de um século. Na época, o restante da América estava voltada para o desenvolvimento dos engenhos de açúcar e, mais tarde, à exploração de riquezas minerais. Os primeiros habitantes do estado, segundo aponta César (1980), eram os índios, que conviveram, primeiro, com os missionários jesuítas. Os bandeirantes penetravam na região em busca dessa mão de obra. Por volta de 1640, registrou-se um combate, que resultou na expulsão dos jesuítas da área. Eles foram para região na margem do Uruguai, levando os índios sobreviventes, mas deixando para trás o gado que criavam.

Os rebanhos de gado tornaram-se selvagens e soltos; na área, cresceram de maneira significativa, reproduziram-se e somaram um grande número, tanto que a região ficou conhecida como “Vacaria del Mar”. Quando Portugal assume as terras, o gado existente passa a ser importante para a economia. O gado era utilizado para extração de couro, que era exportado para a Europa por Buenos Aires e Sacramento. Nesse período, a carne, sem condições de conservação, não era considerada um bem econômico, era consumida pela população local, e o restante era deixado para apodrecer.

Já no século XVII, a carne começa a ser valorizada. Segundo Pesavento (2002), o tipo social que marca esse período é o tropeiro. Indivíduo encarregado de levar o gado até São Paulo para venda e, posteriormente, acompanhá-lo até as minas, em Minas Gerais. Somente no século XVIII teve início o processo de distribuição das sesmarias, buscando fixar as pessoas ao território. A Coroa portuguesa distribuiu terras aos tropeiros e também aos militares envolvidos nas lutas de fronteiras, os quais se estabeleceram nas estâncias de criação de gado, nas terras recebidas.

A grande força de trabalho era realizada pelos peões, formados pelos sujeitos que tradicionalmente viviam na região, lidando com o gado. Dois novos produtos foram introduzidos na economia sulina: o trigo e o charque, mercadorias que objetivavam abastecer o mercado interno brasileiro.

Em 1872, conforme indica Cesar (1980, p. 31) “os resultados do Censo davam ao Rio Grande do Sul, uma população de 34.813 almas, incluindo os brancos, pretos e pardos”. O século XIX marca a chegada de levas de imigrantes europeus; na década de 20 foram os alemães e, a partir de 1875, marca-se a entrada do colono italiano. Foram os imigrantes alemães e italianos os primeiros a desenvolverem a agricultura e a indústria na encosta da Serra.

Como colocado, a primeira fase da imigração foi realizada pelos alemães a partir de 1824. Na Alemanha, o momento era de pobreza e grande desemprego, o que levou muitas famílias à decisão de emigrar. No Rio Grande do Sul, ocuparam as áreas dos vales dos rios Jacuí, Caí, Taquari e dos Sinos, até a Serra Geral. Já a segunda fase foi marcada pela vinda dos imigrantes italianos. A Itália também passava por transformações políticas e econômicas na segunda metade do século XVIII, tal como acontecera na Alemanha décadas antes.

A partir de 1875 começaram a chegar ao estado os primeiros imigrantes italianos, que foram encaminhados para o planalto, que corresponde à Região Norte do estado, fundando os municípios que hoje conhecemos por Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Garibaldi, Veranópolis e Nova Prata. A colônia italiana se dedicou ao cultivo de milho, visto que a base de sua alimentação era polenta, ao feijão e hortaliças. A uva foi a principal fruta cultivada na região.

Mas o século XIX também é marcado pelas guerras e por conflitos envolvendo a região. A guerra da Cisplatina foi um conflito ocorrido entre o Império

do Brasil e a Províncias Unidas do Rio da Prata, no período de 1825 a 1828, pela posse da Província Cisplatina, a região da atual República do Uruguai. Entretanto, o grande marco na história regional foi a Revolução Farroupilha, evento que perdurou de 1835 a 1845.

O descontentamento de estancieiros, liberais, industriais do charque e militares, em relação ao governo, foi o motivo que deflagrou a revolução, os mesmo promoveram o ideal separatista. Para Pesavento (2002, p. 39) “os revolucionários almejavam a independência política em relação ao domínio do centro”. Queriam manter os laços econômicos com o restante do País, através da continuidade do fornecimento do charque ao mercado interno. Em 28 de fevereiro de 1845, foi declarada a paz honrosa, resultando na assinatura da “Paz do Poncho Verde”.

Após a Revolução Farroupilha, a economia pecuária sulina foi beneficiada tanto com acordos econômicos entre o governo central e a província como pelas perturbações ocorridas na região da Prata. Conforme destaca o governo do estado, na atualidade, com pouco mais de 3% do território brasileiro, o Rio Grande do Sul abriga 6% da população e gera um PIB de US\$ 90 bilhões. É o maior produtor de grãos, o segundo polo comercial e o segundo polo da indústria de transformação nacional. Alcança a terceira posição no Índice de Desenvolvimento Humano entre os estados do País e desfruta de alta qualidade de vida.

Hoje, a Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Sul (2011) divide o estado em microrregiões turísticas, que são Região Central, Costa Doce, Grande Porto Alegre, Hidrominerais, Litoral Norte Gaúcho, Missões, Pampa Gaúcho, Rota das Terras, Serra Gaúcha, Vales e Yucumã, conforme aponta o mapa.

Mapa 1 – Mapa Regiões Turísticas 2011



Fonte: <http://www.turismo.rs.gov.br>

A região da Serra Gaúcha é formada pelas microrregiões Campos de Cima da Serra, Hortênsias, Rota das Araucárias, Uva e Vinho e Vale do Paranhana. Caxias do Sul, cidade onde foi realizado este estudo, é um dos 28 municípios que compõem a Região Uva e Vinho.

2.4.1 Tradicionalismo gaúcho

No século XIX, o Rio Grande do Sul já tinha seu território definitivamente traçado. Diferentes colonizadores ocuparam a região: portugueses, açorianos, alemães, espanhóis, italianos, entre outros. Aos poucos, a sociedade rio-grandense precisava de definições, formando o tipo do gaúcho, amoldado às condições do meio, tendo por base a estância, a igreja e as milícias (BARBOSA, 1995).

O chamado “tradicionalismo” surgia no pós-guerra, como reação à americanização da sociedade brasileira. Seu discurso é o da retomada dos ditos valores tradicionais – daí “tradicionalismo”. Naquele momento, reagiam também à urbanização, buscando modelo nos valores associados à vida rural, como praticados nas grandes propriedades da área de fronteira, em especial aqueles envolvidos no trato com o gado. Daí ser relacionado ao conservadorismo. O culto às tradições seria uma forma de manter vivo o passado de uma região ou estado. Oliven (2006)

enumera dois aspectos importantes, comuns àqueles que cultuam as tradições gaúchas. A presença do campo, mais especificamente a região da Campanha, localizada no sudoeste do Rio Grande do Sul, e a figura do gaúcho, posto como homem livre e errante, que vagueia soberano em seu cavalo, pelos campos.

Alguns veem outras raízes, mais antigas, nesse movimento conservador. Por exemplo, em 1868, um grupo de intelectuais e escritores fundou em Porto Alegre, capital regional, o Partenon Literário,¹ que embora dedicado às letras, também objetivava exaltar o passado regional. Somente em 1898 surgiu a primeira agremiação tradicionalista, mais propriamente, o Grêmio Gaúcho de Porto Alegre,² entidade voltada para promoção de atividades ligadas ao culto das tradições. Oliven (2006) elenca os aspectos comuns entre as duas entidades: ambas eram formadas por pessoas de origem modesta, não detentoras de terras ou de capital e demonstravam preocupação com a questão da tradição frente à modernidade.

A figura de Júlio de Castilhos, chefe político regional por largo período, foi primordial para retomar o tradicionalismo no início do século XX. Foi ele quem defendeu que, no dia 20 de setembro, fosse comemorado como o Dia do Gaúcho. Data que marca o início da Revolução Farroupilha. O jornalista e político, Júlio de Castilhos, foi presidente do Rio Grande do Sul por duas vezes e principal mentor da Constituição Estadual de 1891.

Outro momento importante foi a criação do primeiro Centro de Tradições Gaúchas (CTG), em 1948, em Porto Alegre. Denominado como 35 CTG, foi fundado por estudantes secundaristas, filhos de pequenos proprietários de terra, que estavam na capital para estudar. Eram estudantes da Escola Pública Estadual Júlio de Castilhos, e foram liderados por João Carlos Paixão Cortes.

Os jovens se reuniam nas tardes de sábado num galpão improvisado, ou seja, em espaço semelhante àquele encontrado nas estâncias de criação de gado, onde trabalhadores de propriedades rurais se reuniam. Para Oliven (2006), “queriam construir um grupo que revivesse a tradição, e não uma entidade que refletisse sobre ela. Era, portanto, necessário recriar o que imaginavam ser os costumes do campo e do ambiente das estâncias”. A estrutura interna não usava a mesma

¹ Sociedade que participava de campanha abolicionista; colocava em discussão diversos temas e promovia a circulação de matérias literárias em diferentes jornais do Estado do Rio Grande do Sul.

² Fundado em 22 de maio de 1898, em uma discreta reunião campestre de domingo. Inicialmente presidido por João Cezimbra Jacques, com outros vinte sócios, foi o precursor do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

nomenclatura que as entidades e associações comuns, como presidente, secretário e tesoureiro. Eram usados cargos ligados à estrutura hierárquica da propriedade rural, como patrão, capataz, agregado, entre outros.

O grupo organizou, entre os dias 7 e 20 de setembro de 1947, a primeira Ronda Gaúcha, uma espécie de acampamento, com cerca de 400 barracas e galpões de madeira. A estrutura foi montada em um parque de Porto Alegre. Conforme aponta o MTG (2011), esse evento deu origem à Semana Farroupilha, foi a comemoração precursora.

Hobsbawn (1984) ressalta que podemos encontrar tradições apresentadas como antigas, que se dizem autênticas, mas que, em muitos casos não passam de tradições inventadas. A expressão *tradição inventada* é utilizada num sentido amplo, mas definido. Inclui tanto as tradições realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado do tempo.

Hobsbawn assim define tradição inventada:

Entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. (1984, p. 9)

Ao analisar a visão do autor, percebe-se que o tradicionalismo foi criado por um grupo de jovens que buscavam reviver a vida no campo. Destacam-se Barbosa Lessa e Paixão Cortês como os precursores. E narram, em entrevistas, o processo de criação dessa tradição e citam datas dos acontecimentos também.

Ao abordar a figura do gaúcho, é importante observar as considerações de Pesavento (2008, p. 41), que sintetiza que as representações são portadoras do simbólico “[...] carregam sentidos ocultos, que, construídos social e historicamente, se internalizam no inconsciente coletivo e se apresentam como naturais, dispensando reflexões”.

Essa exaltação da figura do gaúcho faz parte do imaginário regional do estado. Para Pesavento (2008), de maneira geral, imaginário é um sistema de ideias e imagens de representações coletivas, que os homens constroem dando sentido ao seu mundo. Acredita-se que esse imaginário ganhou mais força a partir da institucionalização do MTG, conforme descrito abaixo.

O Movimento Tradicionalista Gaúcho, tendo adotado como sigla MTG, é uma entidade associativa, que hoje congrega mais de 1.400 entidades tradicionalistas, legalmente constituídas, conhecidas por Centro de Tradições Gaúchas ou por outras denominações afins. O MTG é um movimento cívico, cultural e associativo, que foi registrado no Cartório de Título e Documentos no dia 27 de novembro de 1967. É regido por dois documentos principais: A Carta de Princípios e o Código de Ética Tradicionalista, que devem ser seguidos por seus associados.

A Carta de Princípios atualmente em vigor foi aprovada no VIII Congresso Tradicionalista, levado a efeito no período de 20 a 23 de julho de 1961, no CTG "O Fogão Gaúcho" em Taquara. Ela fixa os objetivos do Movimento Tradicionalista Gaúcho. Esse documento apresenta 29 diretrizes que devem ser seguidas para zelar os "costumes gaúchos"; indicar o que deve ser incentivado, acatado ou repudiado. No seu último artigo, explicita o ideal de inserção no meio político, na intenção de que os valores gaúchos devam se sobressair e que o rural merece destaque.

XXIX - Buscar, finalmente, a conquista de um estágio de força social que lhe dê ressonância nos Poderes Públicos e nas Classes Rio-grandenses para atuar real, poderosa e eficientemente, no levantamento dos padrões de moral e de vida do nosso Estado, rumando, fortalecido, para o campo e homem rural, suas raízes primordiais, cumprindo, assim, sua alta distinção histórica em nossa Pátria.

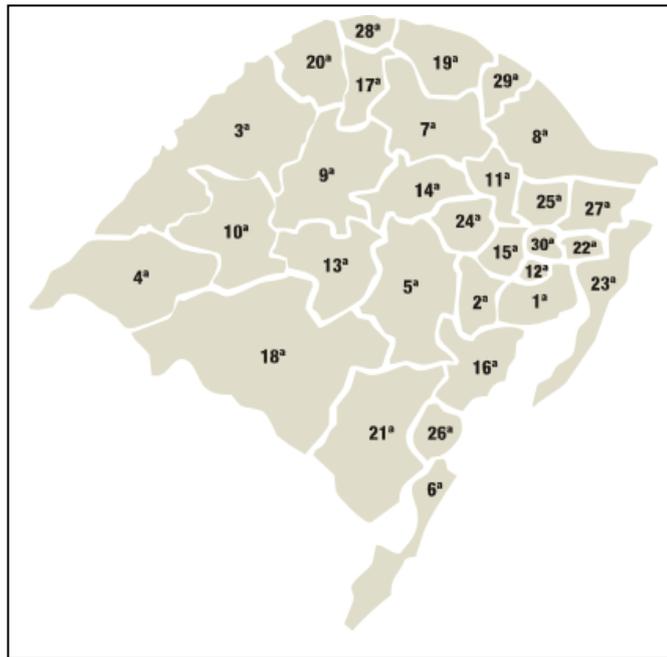
O Código de Ética Tradicionalista sustenta seu objetivo em dois artigos:

Art. 1º O Código de Ética Tradicionalista tem por escopo a definição de procedimentos que regulem a conduta social das pessoas físicas que atuam no meio tradicionalista sob a orientação do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

Art. 2º O Código de Ética Tradicionalista tem por objetivo, ainda, a definição de regras que visem coibir condutas sociais em desacordo com os princípios que fundamentam a vivência tradicionalista ou a desvirtuem e, em especial, que firam a Carta de Princípios do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

As entidades tradicionalistas filiadas ao MTG, atualmente, estão distribuídas nas trinta Regiões Tradicionalistas, as quais agrupam os municípios do Rio Grande do Sul. Sua sede é própria e está instalada à Rua Guilherme Schell, n.º 60, no Bairro Santo Antônio, em Porto Alegre, tendo sido inaugurada no mês de dezembro de 1998. Vejamos o mapa com a distribuição das regiões.

Mapa 2 – Mapa Regiões Tradicionalistas



Fonte: Movimento Tradicionalista Gaúcho.

2.4.1.1 Gastronomia gaúcha

No Brasil, as comidas regionais são muito variadas, não só os ingredientes, como também as técnicas culinárias e os próprios utensílios. Frasson e Frasson (1976, p. 49) estabelecem os pratos típicos dos gaúchos dos Campos de Cima da Serra; ele resgata de maneira simples os ingredientes e o modo de preparo:

- churrasco: carne assada no espeto ao fogo, temperada apenas com sal grosso;
- arroz carreiro: feito com charque cortado em pedaços pequenos e arroz, cozido em panela de ferro;
- puchero ou fervido: comida feita com carne com osso, cozinhando-se junto com legumes, como milho, batata doce, barata inglesa, abóbora, entre outros;
- mocotó: cozido de partes especiais do boi com linguiça e feijão branco.

Maciel (2011) explica que, no Rio Grande do Sul, o churrasco é visto como a especialidade local, não é uma comida do cotidiano, mas está associada ao gaúcho e as representações sociais vinculadas a este. Sustenta que “a comida tida como típica não precisa ser a do cotidiano, justamente é aquela apresentada em dias especiais (2011, p. 59).” A autora concorda com Frason (1976) ao citar outros pratos da culinária gaúcha, que são: o cozido ou puchero e o carreteiro. Comenta sobre o surgimento e a expansão das churrascarias, dos pratos servidos nesses restaurantes e, também, resgata a oferta de feijão mexido, matambre, aipim, pastel, batata doce e abóbora.

O MTG (2011) elucida que, para o estudo da cozinha gaúcha, devem ser consideradas as particularidades regionais: a Praiana (à base de produtos do mar); a cozinha da Campanha e Missões (predominando as carnes *vacum* e ovina); a da região dos Campos de Cima da Serra (onde o pinhão tem presença e o café com graspa sobrepõem-se ao chimarrão).

Para a cozinha “Serrana”, o MTG (2011) cita a carne assada, frita; mocotó, a feijoada (de feijão preto e branco), o charque com mandioca, a paçoca de pinhão com carne assada, a couve refogada e com farinha, a galinha assada, o arroz com galinha e a quirela de milho, além de batata-doce, moranga, milho cozido, cuscuz, farinha de biju com leite; doce de gila, “jaraquatia”, sagu com vinho, arigones, arroz doce, doce de frutas (pêssego, figo, pera), ambrosia, doce de leite, “chico balanceado” (doce de aipim), doce de batata-doce. O chimarrão é muito apreciado, bem como o camargo (café com apoio), o quentão de vinho e o café com graspa.

A entidade ainda pondera sobre as regiões influenciadas pela imigração italiana, assinala alguns pratos típicos como o brodo (caldo de carne), carne lessa (carne cozida na água), capeleti (massa com recheio de carne picada), o mesmo que agnolini, menestra ou aminestra (sopa, canja), galeto a menarosto (frango no espeto), ravioli (massa com recheio), tortei (pastel cozido recheado com moranga ou abóbora), macarrão (massa), spagueti (massa cortada), fidelini (massa fina), polenta (angu de farinha de milho), risoto (arroz com galinha e queijo ralado), pizza (massa de pão com molho e queijo), pera cruz (bolo fervido em calda de frutas), pães de trigo e milho, panetone (pão com frutas cristalizadas), salames e queijos.

A gastronomia é um importante motivador do turismo, sempre está inserida no contexto da viagem, tendo papel de destaque num evento turístico, em passeio, feira ou reuniões.

2.4.1.2 Artesanato gaúcho

O MTG (2011) utiliza o autor Martins (1974) para indicar as características do artesanato do estado, como sendo: 1) manual - o contato é direto entre o artesão e o material empregado, sem considerar pequenas intervenções de ferramentas ou aparelhos simples; 2) os objetos resultam de elaboração intelectual, embora sem requinte, feitos segundo os padrões tradicionais, mas nunca em molde ou fôrma, nem mesmo em série; 3) emprega-se material disponível, gratuito ou extraído no lugar, ou retalhos, sobra aproveitável. 4) doméstico ou caseiro, conta com a participação da família; 5) o artesão não conhece a divisão do trabalho, não se organiza para a produção, sozinho executa todas as parcelas necessárias à transformação.

Considera como artesanato: cerâmica utilitária; funilaria popular (candeeiros, canecas); trabalhos em couro e chifre, trançados e tecidos de fibras vegetais e animais; monjolo de pé de água; engenhocas; instrumentos de música, tintura popular. E, como arte, pintura e desenho (primitivos), esculturas (figura de barro), madeira, pedra guaraná, cera, miolo de pão, massa de açúcar, bijuteria popular, renda, filé, crochê e papel recortado para enfeite.

Porongos também são alvos da atividade artística folclórica. Além do trabalho de ourivesaria, as cuias são passíveis trabalhos de pirogravura e de “bordados” ou de entalhe. Para o MTG (2011), a rendaria mais comum, em nosso estado, é a de crochê. A passamanaria e o macramé são considerados arte de origem egípcia, trazidas à Ibéria pelos árabes. É um trabalho de amarração de fios. As mais delicadas franjas do Rio Grande do Sul encontram-se em Bom Jesus, São Borja, São Luiz e Cachoeira do Sul.

2.4.1.3 Indumentária

Frasson e Frasson (1976) elucidam os usos e costumes gaúchos através da apresentação da indumentária, do chimarrão, dos pratos típicos; a ronda crioula e a missa crioula. A Ronda Crioula refere-se ao evento, que, hoje, se denomina Festejos Farroupilhas. Faz parte da indumentária a blusa ou camisa riscada, a vincha, o chiripá, a bombacha, a guaiaca, as botas, esporas, o chapéu, rebenque ou relho, lenço de seda ou de chita, o poncho, o pala, o tirador e as boleadeiras.

O MTG (2011) durante a 76ª Convenção Tradicionalista Gaúcha, realizada em Taquara, no dia 29 de julho de 2011, alterou as diretrizes para pilcha gaúcha. O documento salienta como deve ser a indumentária feminina e masculina nas atividades cotidianas, em apresentações artísticas, participações sociais, participação em atividades campeiras e na prática de esportes. Salienta o padrão masculino para uso de bombacha, camisa, bota, colete, guaiaca, chapéu, paletó, lenço, faixa, pala, esporas e faca. Para o feminino recomenda como deve ser usada a saia e blusa, ou bata, saia e casquinho, vestido, saia de armação, bombachinha, meias, sapatos e botinhas, cabelos, maquiagem e joias,

2.4.2 25ª Região Tradicionalista

A 25ª Região Tradicionalista destaca que o tradicionalismo possui uma filosofia de atuação presente nas teses *O sentido e o valor do tradicionalismo*, de Luiz Carlos Barbosa Lessa, e na *Carta de princípios*, de Glaucus Saraiva da Fonseca em seu site:

O tradicionalismo é um estado de consciência, que busca preservar as boas coisas do passado, sem conflitar com o progresso, através do cultuar, vivenciar e preservar o patrimônio sócio-cultural do povo gaúcho. É a sociedade que defende, preserva, cultua e divulga a tradição gaúcha, que congrega defensores dos costumes, dos hábitos, da cultura, dos valores do gaúcho.

A 25ª RT, região-foco deste estudo, possui sede na Cidade de Caxias do Sul, mas abrange outras cidades, são elas: Farroupilha, Flores da Cunha, Nova Pádua, Nova Roma do Sul e São Marcos.

Nas primeiras décadas de atuação, fazia parte da 11ª Região Tradicionalista, com sede em Bento Gonçalves. Devido a uma briga histórica, por diversos momentos requeria o desmembramento. Na Convenção Tradicionalista de 1977, em Canela, criou-se a 25ª RT, com sede em Caxias do Sul, tendo como coordenador Aldo Alves Mendes. No entanto, a criação dessa região somente foi oficializada no Congresso Tradicionalista em Santo Antônio da Patrulha, entre os dias 5 a 8 de janeiro de 1978, no CTG Coronel Chico Borges.

Conforme a 25ª RT (2011), as entidades filiadas, por volta de 1982, eram o CTG Rincão da Lealdade, o CTG Paixão Cortês, o CTG Tropeiros do Rio Grande, o CTG Rodeio Minuano, o CTG Sinuelo dos Pampas, o CTG Ronda Charrua e o Piquete de Cavalarianos Máximo da Luz. Havia também algumas entidades que, aos poucos, estavam se formando: o CTG Negrinho do Pastoreio, o CTG Pousada dos Tropeiros, o CTG Porteira da Serra e o CTG Raposo Tavares. Atualmente, conta com um número expressivo de filiados, que foram explorados durante a pesquisa.

A entidade realiza diversos eventos no decorrer de cada ano. Verifica-se que os mesmos reúnem grande número de pessoas. Os maiores eventos tradicionalistas são realizados com o apoio de leis de incentivo à cultura e patrocínios empresariais, tendo destaque a Semana Farroupilha.

3 CAMINHO METODOLÓGICO

Para a realização de uma pesquisa científica, torna-se fundamental estabelecer um caminho metodológico. Para Köche (1997), não existem modelos com normas prontas; a investigação deve orientar-se de acordo com as características do problema, suas hipóteses, condições conjunturais e também conforme as habilidades do investigador.

O evento estudado é uma homenagem ao dia 20 de setembro, quando é reverenciada a Revolução Farroupilha, e foi definido em lei estadual como feriado no Rio Grande do Sul. O evento realizado em Caxias do Sul pode ser classificado como de grande porte e apresenta diversas edições, fazendo parte do calendário de eventos do estado, além de alimentar o imaginário “gaúcho”, muito presente no Rio Grande do Sul.

Perante o exposto, a questão norteadora desta pesquisa é: Qual a contribuição do evento Festejos Farroupilhas, enquanto manifestação cultural, para o desenvolvimento turístico de Caxias do Sul? Como objetivos específicos, visa-se construir um histórico dos Festejos Farroupilhas, analisar a gestão do evento e verificar sua presença na divulgação turístico-cultural do Município de Caxias do Sul.

3.1 METODOLOGIA

Neste estudo, face ao problema e aos objetivos de pesquisa, optou-se por utilizar o método exploratório, de cunho qualitativo. O planejamento da investigação é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Schlüter (2003) acredita que esse método é o mais utilizado no turismo, quando o objetivo da pesquisa é a descrição sistemática, objetiva e precisa de determinada área de interesse.

A pesquisa em questão foi desenvolvida com base na história oral, embora sem viés etnográfico; fez uso de técnicas próprias da pesquisa da antropologia. Este

estudo tem como instrumento de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevistas e observação. Para Alberti (2004), a história oral é um método que privilegia a realização de entrevistas com pessoas que participaram de, ou testemunharam, acontecimentos, como forma de se aproximar do objeto de estudo. Thompson (2002) defende que a história oral é uma história construída em torno de pessoas, ela lança a vida para dentro da própria história, e isso aumenta seu campo de ação.

A primeira etapa da pesquisa envolveu a revisão bibliográfica e documental. Através da revisão bibliográfica foi possível aprofundar o conhecimento sobre turismo, turismo cultural, eventos, gestão de eventos, história do Rio Grande do Sul, Movimento Tradicionalista Gaúcho e metodologia de pesquisa. Através da pesquisa documental, foram verificadas reportagens de jornais, ofícios, atas, decretos, leis, cartilhas do governo e regimentos que envolvem a temática.

Ainda na primeira fase da investigação, foram realizadas visitas ao evento em análise na sua edição de 2011. A pesquisadora utilizou a observação assistemática, aquela que o observador utiliza para familiarizar-se com o tema a ser estudado. Foram realizadas visitas em dias e horários alternados, visto que o evento teve duração de quatorze dias. Na oportunidade, também foram realizadas entrevistas com questionários estruturados sobre o perfil do visitante ao evento. (Ver Anexo A, artigo que relata esses resultados).

Os professores da banca de qualificação, juntamente com a orientadora, colaboraram para dar um novo rumo ao presente estudo. Foi necessário realizar uma reflexão sobre o referencial teórico construído e alguns pontos da observação realizada no evento, para elaborar o problema de pesquisa.

Num segundo momento, tendo os objetivos de pesquisa definidos, retomou-se a pesquisa documental. Tornou-se essencial o contato com os responsáveis pela organização do evento, autoridades e participantes, através de entrevistas semiestruturadas. Nos dias de realização do evento, em 2012, realizou-se observação sistemática, mais propriamente.

Esta pesquisa possui caráter exploratório, ou seja, não foram usados indicadores de análise numéricos ou estatísticos, os itens elencados foram detalhados, visto que se referem a fenômenos subjetivos ou complexos, mas que

precisavam se tornar mensuráveis, para que fosse possível sua compreensão e análise.

Num terceiro momento, foi feita a análise dos dados obtidos e a relação com o referencial teórico. As informações colhidas foram organizadas e sistematizadas de tal forma, que pudessem contribuir para a próxima etapa da pesquisa. A última etapa da pesquisa foi a construção do relatório de pesquisa, nesse caso, a dissertação de mestrado, texto de caráter científico, que apresenta resultados sucintos de uma pesquisa realizada através de métodos aceitos pela comunidade de pesquisadores da área do turismo.

3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

3.2.1 Pesquisa bibliográfica

A primeira etapa deste estudo foi realizar a pesquisa bibliográfica. Köche (1997, p.122) explica que “a pesquisa bibliográfica utiliza o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres”. Seu objetivo é conhecer as contribuições teóricas existentes sobre determinado tema ou assunto, tornando-se elemento primordial para o pesquisador.

Foram elencados autores que abordassem as áreas de turismo, turismo cultural, eventos, gestão de eventos, história do Rio Grande do Sul, Movimento Tradicionalista Gaúcho e metodologia. A seleção de autores aconteceu através de indicações nas disciplinas cursadas no mestrado, contato com os professores e também por indicação da orientadora. A pesquisadora possui graduação em Comunicação Social e, para ter maior compreensão sobre os temas relacionados, precisou se dedicar a esta primeira etapa de pesquisa.

Selecionaram-se obras, dissertações, artigos e cadernos especiais. A pesquisa bibliográfica é a base para a realização de qualquer pesquisa; novas ideias e perspectivas surgiram nessa fase. O turismo abrange diferentes áreas do

conhecimento e são diversas as opiniões e os estudos sobre o mesmo tema. Foi possível perceber a divergência e também a concordância entre autores, pesquisadores, órgãos do governo e instituições.

A leitura de artigos e dissertações contribuiu para conhecer a dimensão do turismo e as pesquisas realizadas na área. Os dados e as informações coletados através da pesquisa bibliográfica contribuíram para a compreensão do objeto de investigação e integram o referencial teórico deste trabalho.

3.2.2 Pesquisa documental

A pesquisa documental, segundo Marconi e Lakatos (2009), é aquela que se utiliza de fontes primárias, envolve os documentos conservados em arquivos de órgãos públicos ou privados, sendo eles escritos ou não escritos, como cartas, ofícios, memorandos, regulamentos, fotografias, boletins, gravações, canções, jornais, mapas, relatórios, entre outros.

Esses documentos ofereceram à pesquisadora uma quantidade enorme de informações que contribuíram para o desenvolvimento dos objetivos específicos, propostos nesta pesquisa. Gil (2002) frisa que “a pesquisa documental não responde a um problema, mas proporciona melhor visão desse problema”.

O presente estudo reuniu leis, decretos, cartilhas do governo e regimentos. As informações foram coletadas nos *sites* das seguintes instituições: Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Governo do Estado do RS, Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, Secretaria de Cultura de Caxias do Sul, Movimento Tradicionalista Gaúcho, 25ª Região Tradicionalista e Unesco, ficando composta pelos seguintes documentos:

- Lei Geral do Turismo 11.771/08, de 17 de setembro de 2008;
- Caderno de Segmentação do Turismo (2008) do Ministério do Turismo;
- Decreto Legislativo 485/2006, que aprova o texto da Convenção sobre a Proteção e Promoção das Expressões Culturais, celebrada em Paris, em 20 de outubro de 2005;

- Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2001) da Unesco;
- Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet);
- Lei 13.490, de 21 de julho de 2010, que institui o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais (Pró-cultura);
- Lei 4.592, de 18 de dezembro de 1996, que dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Município de Caxias do Sul;
- Carta de Princípios que apresenta os objetivos do Movimento Tradicionalista Gaúcho;
- Código de Ética Tradicionalista;
- Diretrizes para o uso da pilcha gaúcha.

Também foram reunidos outros documentos que contribuíram para a pesquisa; os mesmos foram coletados em *sites* de veículos de Comunicação, *sites* do governo e com os entrevistados:

- Jornal Pioneiro de 18.9.10, versão *online*, reportagem de autoria de Gilberto Blume, com o título Os anos 80 fizeram história;
- Ata nº 1 da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino, com a data de 20.9.1885, registrada na folha 1 do livro de atas;
- Ata nº 2 da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino, com a data de 10.9.1986;
- Relatório de uma equipe de trabalho – Semana Farroupilha/91 - Prefeitura de Caxias do Sul;
- Pellegrino (jornal impresso), edição nº 18, de novembro de 1991, de autoria de José Ademir Theodoro, com o título Parque Cinquentenário, porteira do tradicionalismo;
- Ata Referente à Semana Farroupilha de 1996, com data de 09.09.1996, elaborada pela 25ª Região Tradicionalista;
- Ofício 136/96, com data de 12 de agosto de 1996, expedido pelo Ministério Público;
- Parecer técnico assinado pelo Engenheiro Agrônomo Antônio Silvino Perazzolo, na data de 5 de outubro de 1995;

- Moção 14/96 da Câmara de Vereadores de Caxias do Sul, que aponta o assunto: Apoio à utilização do Parque Cinquentenário para as festividades comemorativas da Semana, com data de 5.9.1996;
- Termo de Compromisso relativo à utilização do Parque Cinquentenário como sede para os Festejos Farroupilhas de 1996, com data de 13.9.1996;
- Ofício da 25ª RT solicitando a apresentação de dois laudos ou pareceres técnicos emitidos pela Universidade de Caxias do Sul, sem data, ano 1996;
- Jornal Pioneiro, de 19.3.2010, versão *online*, edição nº 10691, de autoria da jornalista Siliane Vieira;
- Texto publicando no *site* do governo do estado, em 12.9.2006, com o título Semana Farroupilha, a maior festa popular do RS;
- Entrevista publicada no *site* Olá Serra Gaúcha, no dia 18.9.12, com o título Em Caxias do Sul, desfile farroupilha promete surpreender com alegorias;
- Jornal Domínio da Notícia, na edição da 2ª quinzena de agosto de 2010, com o título Festejos Farroupilhas lançados oficialmente, página 10;
- Regulamento da Semana Farroupilha, 2010;
- Regulamento da Semana Farroupilha, 2012;
- Jornal do Comércio, caderno especial Semana Farroupilha, na edição de 19 e 20 de setembro de 2011.
- Releases Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Caxias do Sul.

A pesquisa documental exigiu a busca, seleção e interpretação de informações disponíveis nos documentos citados. Ela é muito importante no trabalho de construção da história em geral, bem como de eventos relacionados à cultura de uma região ou país; são registros de fatos envolvendo pessoas, instituições ou empresas, em cenário social determinado. Para Thompson (2002), o documento não é um mero papel, mas uma realidade.

3.2.3 Entrevistas

Marconi e Lakatos (2009) reforçam que a entrevista é uma conversação face a face, de maneira metódica, realizada verbalmente pelo entrevistador. Para Alberti (2004), a entrevista da história oral permite também recuperar aquilo que não encontramos em documentos de outra natureza, como fatos pouco esclarecidos, experiências pessoais e impressões particulares. A escolha dos entrevistados é, em primeiro lugar, guiada pelos objetivos da pesquisa. Aqui interessa a posição dos entrevistados e suas experiências e não as amostragens usadas para critérios quantitativos.

Para este trabalho foram realizadas entrevistas semiestruturadas; as perguntas foram apresentadas de forma organizada, sistemática, porém sem sugestão de respostas. Os entrevistados responderam livremente sobre o tema proposto, são eles:

- Capitão Giovani Gomes da Brigada Militar (24.8.12);
- Coordenador licenciado 25ª Região Tradicionalista, Jó Arse (9.8.12);
- Coordenador em Exercício da 25ª RT, Cléo Camassola (14.9.12);
- Diretora da Exposul, Rosane Borges Moreira (14.9.12);
- Diretor do Departamento de Cultura Popular da Secretaria de Cultura de Caxias do Sul, Elvino dos Santos (3.8.12);
- Diretor da Secretaria de Turismo de Caxias do Sul, Saulo Velasco (14.9.12);
- Coordenadora da 4ª CREE, Márcia Fernandes (10.8.12);
- Coordenadora pedagógica da 4ª CREE, Raquel Maggi (10.8.12);
- Funcionário da Acrilys, Tadeu Dalzotto (15.9.12) - Empresa patrocinadora do evento;
- Membro de CTG e laçador, Evenir (15.9.12);
- Participante Mara Pasquali, acampamento Pavilhão 1 (15.9.12);
- Participante Mônica, Acampamento Mato (15.9.12);
- Participante Paula, Acampamento Mato (15.9.12);

- Presidente da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino, Antíoco Sartor (26.7.12);
- Produtor Cultural, Fabricio Harden (15.9.12);
- Sargento Teles da Brigada Militar (15.9.12);
- Secretária da 25ª RT, Jussania (14.9.12);
- Soldado Osnei da Brigada Militar (15.9.12);
- Vendedora Elisabete Posebon - Comércio de jaquetas de couro (15.9.12);
- Atendente Cláudio Silveira - Comércio Morango com chocolate (15.9.12);
- Visitante Cristiane (15.9.12);
- Visitante Cristiane Padilha (15.9.12);
- 1ª Prenda Mirin do CTG Paixão Cortes, Ane Pereira (15.9.12).

Vale ressaltar que a realização de entrevistas aconteceu de acordo com a aceitação dos sujeitos; por isso, a previsão inicial sofreu modificações. A pesquisadora fez questão de realizar todas as entrevistas pessoalmente, que foram gravadas em minigravador de fita e posteriormente transcritas. Não foi elaborado um roteiro de pesquisa único, cada participante foi instigado a responder questões relacionadas aos objetivos de pesquisa.

A pesquisa foi realizada em período eleitoral; por isso alguns entrevistados, que fariam parte do corpo de entrevistados, foram afastados do governo e de entidades para concorrerem a vagas na Câmara de Vereadores ou à Prefeitura, o que alterou a proposta inicial de entrevistas. O secretário municipal de Turismo, o presidente da Comissão de Organização do evento de anos anteriores e o coordenador da 25ª RT foram eleitos vereadores em 2012, iniciando mandato em 2013.³ O secretário de Cultura foi eleito vice-prefeito da cidade.

A realização de entrevistas contribuiu para o resgate de alguns dos documentos citados anteriormente; conforme defende Thompson (2002, p. 25) “a entrevista propiciará, também, um meio de descobrir documentos escritos e fotografias que, de outro modo, não teriam sido localizados”.

³ Informação divulgada pela Assessoria de Imprensa da Câmara de Vereadores, em 31.12.12.

3.2.4 Observação

A observação foi usada como técnica de pesquisa durante a visita ao local do evento na edição de 2011. Na oportunidade, foi realizada a observação assistemática, que, para Cervo e Bervian (2002), é aquela também denominada de espontânea ou informal, que caracteriza a observação sem planejamento ou sem quesitos previamente elaborados.

A autora participou do evento enquanto visitante durante três dias. Durante a semana no período da noite e, no final de semana, durante a tarde. Algumas fotos foram feitas para registrar os pontos que mais chamaram a atenção no momento. Essa observação colaborou para ampliar a visão geral sobre o evento e contribuiu para construção do problema de pesquisa e dos objetivos específicos. Na oportunidade, também foram realizadas entrevistas com questionários estruturados sobre o perfil do visitante ao evento. As informações estão dispostas em artigo, conforme Anexo A.

A observação sistemática, que possui como característica básica o planejamento prévio e a utilização de anotações, bem como de recursos técnicos, foi usada como técnica de pesquisa durante a visita ao local do evento na edição de 2012. Para analisar a gestão do evento, foram observados os itens que elencam o planejamento sugerido por Allen et al. (2003): produto do evento, tema, local e espaço para o evento, cronograma, preço do ingresso, estudo financeiro, *marketing* e gestão de recursos humanos. Com base em elementos envolvendo o turismo e a experiência da autora em eventos, foram inseridos outros temas como: alimentação, atrativos que compõem a programação, infraestrutura geral, produtos oferecidos pelo comércio, presença de artesanato, transporte específico para o evento e serviços de apoio.

Foram realizadas visitas programadas ao evento para observação e realização de entrevistas. Registros fotográficos foram feitos, o que colaborou na análise dos resultados; ao todo são 230 fotos. Algumas delas estão presentes na dissertação, visto que a imagem colabora para o entendimento de algumas situações descritas. Também foi observado o ambiente dos entrevistados e a disposição ao responderem aos temas sugeridos. Durante a observação, também

foram realizadas anotações no caderno de campo, informações que vieram a somar nesta pesquisa.

3.3 RECORTES DA PESQUISA

Caxias do Sul, cidade onde foi realizado este estudo, está situada na região turística da Serra Gaúcha, nordeste do Estado do Rio Grande do Sul. É um dos 28 municípios que compõem a Região Uva e Vinho, conforme aponta a Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Sul (2011), ao dividir o estado em microrregiões turísticas.

A Prefeitura Municipal de Caxias do Sul (2012) salienta que o desenvolvimento da economia local, ao longo das últimas décadas, pode ser considerado o principal fator de expansão da cidade, que possui uma indústria de transformação muito diversificada, um comércio competitivo e uma prestação de serviços cada vez mais qualificada. Conforme IBGE 2010, sua população soma 427.664 habitantes. Em 2008, a cidade recebeu o título de Capital Brasileira da Cultura.

Este trabalho tem como recorte espacial o evento “Festejos Farroupilhas” realizado em Caxias do Sul, que acontece anualmente e possui duração de quatorze dias. As atividades do evento são realizadas no Parque de Eventos da Festa da Uva e o desfile acontece nas ruas centrais da cidade.

Como recorte temporal, foram definidos os anos de 2011 e 2012, visto que os Festejos Farroupilhas acontecem anualmente no mês de setembro. As edições foram escolhidas pelo fato de serem simultâneas à realização do Curso de Mestrado em Turismo, permitindo a realização das entrevistas e a observação do evento.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo apresentam-se os resultados da pesquisa. A análise dos dados foi desenvolvida por meio das relações estabelecidas entre o referencial teórico, a pesquisa documental, os resultados das entrevistas e observações durante o evento, conforme caderno de campo e registros fotográficos, tendo o pesquisador o papel de relacionar as informações de forma coerente, na busca de uma análise do tema.

Foram elencados objetivos específicos, que são: construir o histórico dos Festejos Farroupilhas; analisar a gestão do evento e verificar a presença do evento na divulgação turístico-cultural do Município de Caxias do Sul. Nessa perspectiva, a seguir apresentar-se-ão os resultados da presente pesquisa e sua análise.

4.1 HISTÓRICO DOS FESTEJOS FARROUPILHAS

O Rio Grande do Sul apresenta características especiais considerando-se sua localização geográfica, marcada por disputas de fronteiras entre portugueses e espanhóis, pela posse de seu território. A região sediou guerras e conflitos diversos ao longo de décadas, tendo na Revolução Farroupilha um marco por sua longa duração. Para Oliven (2006) a Revolução Farroupilha originou-se da insatisfação dos sulistas em relação à excessiva centralização político-econômica imposta pelo Império. Os revolucionários resistiram durante dez anos, por fim, em 1º de março de 1845, assinaram o tratado de paz, o Tratado do Poncho Verde.

A bandeira do estado, na atualidade, ainda exhibe o nome e a data do início da revolução; mesmo tratando-se de um conflito, seus episódios e as figuras a eles relacionados foram perpetuados e mitologizados nas décadas seguintes. A bandeira também apresenta o lema “Liberdade, Igualdade e Humanidade”, inspirado na Revolução Francesa e perpetuado como mito regional mantendo o episódio vivo na memória dos habitantes do estado, como as reiteradas comemorações em torno da

data. Em 1966, por exemplo, por lei estadual, foi oficializado o Hino Farroupilha como o Hino do Rio Grande do Sul, tornando obrigatória sua execução em cerimônias cívicas e oficiais, junto com o Hino Brasileiro.

O dia 20 de setembro foi definido pela Constituição Estadual como a data magna do estado. O Decreto Estadual 36.180/95, amparado na Lei Federal 9.093/95, de autoria do deputado federal Jarbas Lima, especifica que “a data magna fixada em lei pelos estados federados é feriado civil”.

É necessário registrar que, no ano de 1948, foi criado em Porto Alegre o primeiro Centro de Tradições Gaúchas, o 35 CTG, iniciativa que, nos anos seguintes, se repetirá por todo o estado, contribuindo de forma significativa para a construção e reprodução do imaginário regional, em torno da figura do gaúcho, sintetizada como “tradicionalismo”.

Em decorrência desse contexto, diversos municípios do estado realizam atividades relacionadas ao “tradicionalismo”, como ações em escolas, CTGs, instituições públicas e privadas e também eventos maiores voltados à comunidade geral, entre eles os Festejos Farroupilhas, comemorados em Caxias do Sul. Em virtude do objeto de estudo desta pesquisa, tornou-se essencial construir um pequeno histórico do evento, hoje intitulado Festejos Farroupilhas. Essa tarefa foi possível através de diferentes registros documentais, bem como entrevistas com pessoas envolvidas no evento, seja nos seus primórdios, ou atualmente, uma vez que tal história ainda não estava formalmente registrada.

As comemorações Farroupilha ocorrem desde 1947, quando uma “Ronda Crioula⁴” foi realizada pelos fundadores do primeiro CTG, em Porto Alegre, capital do estado. Tinha o intuito de reunir integrantes do CTG e propagar a cultura “gaúcha”. Oliven (2006), explica que no dia sete de setembro daquele ano, foi tomada uma centelha do Fogo Simbólico da Pira da Pátria – evento cívico-nacional comemorado de 1º a 7 de setembro – antes da sua extinção, e transportaram-na até o saguão do Colégio Júlio de Castilhos, onde acenderam a Chama Crioula. A chama foi usada para construir uma relação simbólica entre a Independência do Brasil e a tentativa de independência do Rio Grande do Sul.

⁴ A Ronda Crioula foi um evento que tinha o intuito de reunir integrantes de CTG e propagar a cultura gaúcha. Essa Ronda Crioula foi, na verdade, a precursora da Semana Farroupilha, oficializada somente 17 anos mais tarde, através da Lei Estadual 4.850, de 11 de dezembro de 1964.

Em 1964, o Estado do Rio Grande do Sul oficializou a comemoração da Semana Farroupilha através da Lei 4.850, indicando sua realização de 14 a 20 de setembro de cada ano. A Lei 7.820, de 1983, assinada pelo então governador do estado, Jair Soares, dá nova redação citando as entidades responsáveis pela organização do evento. Já a Lei 8.715, de outubro de 1988, promulgada pelo governador, Pedro Simon, inclui a data de realização do evento. O art. 3º, conforme citado a seguir, determina:

Art. 1º É oficializada a “SEMANA FARROUPILHA” no Rio Grande do Sul, a ser comemorada de 14 a 20 de setembro de cada ano, em homenagem e memória aos heróis farrapos.

Parágrafo único – Tomarão parte nas festividades da Semana Farroupilha, escolas de 1º e 2º graus das redes estadual, municipal e particular de ensino, Unidades e Contingentes da Brigada Militar, Centros de Tradição Gaúcha e entidades associativas, particulares, culturais e desportivas que dela queiram participar.

Art. 2º A Secretaria de Educação do Estado, a Brigada Militar, a Fundação Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore e o Movimento Tradicionalista Gaúcho organizarão e orientarão as festividades da Semana Farroupilha.

Art. 3º As prefeituras Municipais, mediante convênio com o Estado, organização e coordenarão, nos seus municípios, as festividades da Semana Farroupilha.

Promulgado em 22 de junho de 1989, o Decreto 33.224, pelo governador Pedro Simon, aborda as responsabilidades de diferentes entidades na organização do evento. Fixa no art. 3º que deverá ser instituída uma comissão para organizar e orientar o evento; no inciso 2º afirma que a comissão deverá realizar a primeira reunião 90 dias antes do evento, a fim de estruturar e elaborar a divulgação em tempo hábil. E dá novas providências sobre o evento no interior do estado.

Diante do exposto, verifica-se o interesse oficial do governo em registrar a Revolução Farroupilha através de eventos que a mantenham viva na memória dos habitantes do estado, conforme art. 1º. A primeira lei criada oficializa o evento, enquanto que as seguintes somente incluem outras informações, visto a preocupação do governo em oficializar também as responsabilidades de participação e organização desse evento.

4.1.1 Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul

Conforme pesquisa de Oliven (2006), o sesquicentenário da Revolução Farroupilha, ocorrido em 1985, foi um marco amplamente comemorado no Rio Grande do Sul. Quanto a sua presença na cidade de Caxias do Sul, ao iniciar a presente pesquisa, o primeiro registro encontrado foi uma reportagem publicada no jornal *Pioneiro*⁵ em 18.9.10, resultado do levantamento de informações do jornalista Gilberto Blume. A matéria fazia um pequeno histórico do evento e tratava dos idealizadores do evento em Caxias do Sul.

Em setembro de 1985, um punhado de moradores de São Pelegrino apaixonados pelo movimento iniciado em 1947 por Paixão Côrtes & Cia, em Porto Alegre, se reuniu na pracinha, cantou, dançou, mateou, contou causos. Foi bom. Até Ata teve.⁶

Em Caxias do Sul, aconteciam atividades cívicas relacionadas à Semana Farroupilha, em escolas, CTGs e também algumas apresentações na praça central da cidade, visto que o evento já tinha sido instituído por lei. O senhor Antíoco Sartor,⁷ presidente da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino e também tradicionalista, relata que houve “antes de 1985, uns movimentos de fazer desfile de bombacha e eu participei também. Houve, na praça Dante, um acampamento de um dia”.⁸ O Bairro São Pelegrino, localizado na região, é um dos mais antigos de Caxias do Sul, criado logo no início da construção da cidade. Sartor relata que desde a sua infância esteve envolvido com o tradicionalismo:

*Eu desde criança fiz parte do CTG Rincão da Lealdade, na época, praticamente, ele representava o que tinha de melhor no tradicionalismo. Realizavam eventos; além de cultivar as tradições, eles tinham compromisso com as tradições.*⁹

Esse grupo de moradores registrou em Ata a organização do evento. Na Ata de número um, escrita no dia 20 de setembro de 1985, consta: “Por ocasião do sesquicentenário da Revolução Farroupilha, deu-se início, no Bairro São Pelegrino, à criação de um Galpão Crioulo comemorativo a data, na Praça João Pessoa, no

⁵ O *Pioneiro* é o único jornal diário de Caxias do Sul. Possui circulação na Serra gaúcha e foi adquirido pelo Grupo RBS em 1994.

⁶ O *Pioneiro* do dia 18.09.10, versão *online*, acessado em 5.7.2012.

⁷ Antíoco Sartor é presidente da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino desde 1980.

⁸ Antíoco Sartor em entrevista a autora no dia 26.7.12.

⁹ Idem à nota 4.

qual foi presidente do evento o Sr. Antíoco Fortunato Sartor.”¹⁰ Nesta mesma Ata consta a criação de um CTG, sem nome definido.

A história do evento, entretanto, inicia antes mesmo de 1985, ano que marca o sesquicentenário da Revolução Farroupilha, porém não foram encontrados registros para descrever as atividades. As Atas dessa associação de moradores são os primeiros registros da organização do evento.

Já a Ata de número 2, com data de 10 de setembro de 1986, aborda a organização do segundo evento e dá nome ao CTG que haviam planejado a sua criação, ainda em ano anterior.

[...] tornaram a reunir-se os integrantes do Galpão Crioulo de São Pelegrino, para as tratativas, visando a realização da Segunda Semana Farroupilha, na Praça João Pessoa, e também de um Centro de Tradições Gaúchas. Na reunião foi escolhido o nome oficial do CTG, Centro de Tradições Gaúchas Campos dos Bugres, em homenagem ao primeiro nome dado à cidade, hoje, Caxias o Sul.¹¹

No ano de 1987 não foi diferente, a praça novamente abrigou os festejos tradicionalistas. Na oportunidade aconteceu um desfile de cavalarianos na Avenida Júlio de Castilhos, principal rua da cidade. Com o crescimento das atividades, o local ficou pequeno para abrigar o público, sendo então transferido para o Parque Cinquentenário. A reportagem publicada no jornal *Pioneiro*, por Blume, em 18.9.10 relata: “Lá permaneceu durante cinco anos, até novamente pedir espaço e ser definitivamente transferido para os pavilhões da Festa da Uva, onde se agigantou e virou aquilo que hoje vemos.”

A (re)construção da uma história só é possível ser realizada com registros, sejam eles fotográficos, documentais ou através dos depoimentos da comunidade e de representantes de entidades ou de órgãos públicos. O Decreto 33.224/1989, que regulamenta a Lei 8.715/1988, relacionada à oficialização do evento Farroupilha no estado, já mostra a preocupação com o registro das informações, específica no seu art. 4º que um relatório deve ser elaborado referente às atividades do evento.

Art. 4º A comissão terá o prazo de 10 (dez) dias, após o encerramento de cada festividade da “Semana Farroupilha”, para fazer uma reunião de

¹⁰ Ata nº 1 da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino, com data de 20.9.1885, registrada na folha 1 do Livro de Atas.

¹¹ Ata nº 2 da Associação de Moradores do Bairro São Pelegrino, com a data de 10.9.1986.

validação com o fito de elaborar um relatório a ser encaminhado ao Governo do estado, até o dia 30 de outubro, encerrando sua atuação.

Buscou-se durante a realização desta pesquisa, os documentos relacionados à prestação de contas dos eventos, a partir da data de aprovação desse decreto. A Secretaria de Cultura tinha apenas em sua posse o “Relatório de uma equipe de trabalho – Semana Farroupilha/91”, de responsabilidade da Prefeitura de Caxias do Sul, como representante da comissão organizadora, em setembro de 1991.

Esse relatório elenca as entidades envolvidas, apresenta o somatório de esforços, pela Prefeitura de Caxias do Sul, 12º Batalhão de Polícia Militar, 5º Grupamento de Incêndio, 4ª Delegacia de Educação, Grupo São Pelegrino (CTG Campo dos Bugres) e MTG – 25ª Região Tradicionalista. Como apoio destaca o 3º Grupo de Artilharia Anti-Aérea (GAAAÉ), Câmara de Indústria e Comércio (CIC) e Serviço Social do Comércio (Sesc).

Ao examinar as atividades realizadas durante o evento de 1991, é possível observar o envolvimento dos CTGs e das escolas estaduais, municipais e particulares. Também é anunciada a participação de aproximadamente sessenta artistas amadores, e a estimativa de público que, “apesar do forte nevoeiro, que alguns dias persistiu, tivemos um comparecimento diário de mais de dez mil pessoas”. O mesmo descreve o acendimento da Chama Crioula, alusivo ao marco histórico do Padre Cristóvão de Mendoza, no distrito de Santa Lúcia do Piaí.

Sob pesada intempérie, a tropa, reunindo noventa e seis cavaleiros, marchou por trinta e cinco quilômetros, fazendo alto para o reajustamento do dispositivo de tropa, na Rota do Sol. Na hora estimada (17:30), a Chama Crioula chegou ao Parque Cinquentenário.¹²

No item cinco, esse mesmo documento postula as considerações gerais. De início afirma a necessidade de melhorias na infraestrutura do Parque Cinquentenário, para a realização do evento. Descreve as dificuldades da realização do evento, e sustenta que “grandes foram as dificuldades encontradas”, em relação às instalações sanitárias, abrigo contra intempéries, sistema de iluminação, transporte, abastecimento de água e instalação de cozinha.

Esse relatório apresenta, no item sete, a conclusão; percebe-se que se trata de uma síntese de avaliação da realização do evento.

¹² Extraído do Relatório de uma equipe de trabalho – Semana Farroupilha/91.

Apesar das dificuldades encontradas, somos de parecer que o êxito e os objetivos de divulgar os valores culturais de nossa terra, foram amplamente atingidos e que cumpriremos a missão que nos foi atribuída. Caso venhamos novamente a ser chamados, desenvolveremos o mesmo trabalho, criterioso e abnegado.¹³

A última folha do documento apresenta os cargos, os nomes e as assinaturas dos membros da comissão organizadora, bem como a distribuição do documento. Foram encaminhadas doze cópias do relatório, para o Gabinete do governador e do prefeito municipal, para o Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore, para o Movimento Tradicionalista Gaúcho e oito cópias distribuídas para os membros da Comissão Organizadora.

O jornal do Bairro São Pelegrino, denominado *Pellegrino*,¹⁴ em sua edição de nº 18, de novembro de 1991, publicou matéria intitulada “Parque Cinquentenário, porteira do tradicionalismo”. A matéria é de autoria de José Ademir Theodoro e relata: a realização da Semana Farroupilha, do Rodeio Campo dos Bugres, a solicitação de construção de um galpão para servir de sede para o CTG Campos dos Bugres e a história dos primórdios de Caxias do Sul.

Theodoro cita o envolvimento de órgão público da área do turismo com o evento:

O êxito da Semana Farroupilha, que era desenvolvida na Praça da Bandeira, fez com que o Serviço Municipal de Turismo de Caxias do Sul, tornasse oficial todas as comemorações da Revolução Farroupilha naquela praça.¹⁵

A matéria apresenta foto do pórtico de entrada do Parque Cinquentenário e dos empresários envolvidos no evento, sendo eles: Antíoco Sartor, Gilberto De Zorzi, João Fasoli e Roberto Pegorini. Afirma: “O grupo decidiu organizar uma programação intensa naquele ano, no bairro São Pelegrino”, no evento destinado às comemorações da Revolução Farroupilha.

Não há registros de relatórios, nos anos seguintes. Foi localizada a Ata referente à Semana Farroupilha de 1996, registrada pela 25ª Região Tradicionalista. O documento traz informações sobre a cavalgada envolvendo o transporte da

¹³ Idem à nota 11.

¹⁴ *Pellegrino* foi um jornal fundado em 1987 com o objetivo de ser um porta-voz dos moradores do Bairro São Pelegrino. Em 1990, foi vendido e recebeu o nome de *Gazeta de Caxias*, que existe até os dias atuais.

¹⁵ Texto extraído do jornal *Pellegrino* de novembro de 1991.

Chama Crioula, atividades que marca os inícios dos Festejos Farroupilhas. O coordenador da entidade, na época, era o senhor Manoelito Carlos Savaris.

Aos 09 dias do mês de setembro, reuniam-se os representantes dos municípios pertencentes à 25ª Região Tradicionalista para tratar da Cavalgada. Tomando a palavra o senhor Alcides Rigon, organizador da cavalgada fez uma pequena explanação do programa do dia 14/09/96, iniciando com o acendimento da Chama Crioula na Praça da Bandeira.¹⁶

Conforme aponta o documento, para o acendimento da chama seria realizado um almoço para os cavalarianos e autoridades convidadas. Após a atividade, a chama seria conduzida para diversos municípios, tendo o apoio de batedores da Polícia Rodoviária durante o deslocamento. Verifica-se, também, o relato de que, no ano seguinte, em 1997, a Chama Crioula foi acesa no cemitério da Mulada, junto ao túmulo de Honeyde Bertussi,¹⁷ em homenagem ao tradicionalista. A Mulada é localidade do distrito de Criúva, pertencente a Caxias do Sul, próximo à divisa do município com São Marcos.

O Ofício 136/96, com data de 12 de agosto de 1996, expedido pelo Ministério Público e remetido ao prefeito Municipal de Caxias do Sul, apontava para a denúncia encaminhada no ano de 1994, sobre os danos causados ao meio ambiente no Parque Cinquentenário, por ocasião da realização do evento Semana Farroupilha e da necessidade de transferência do evento para local mais apropriado, tendo em vista a preservação do parque. O documento relata que foram realizadas reuniões para tratar do tema, ficando combinado o novo local para a realização das atividades; porém, tal acordo não foi cumprido.

[...] após acirrado debate, em reunião de várias autoridades, presidida por Vossa Excelência, restou acordado que, a partir do ano de 1995, tais festividades seriam transferidas para os pavilhões da Festa da Uva. Surpreendentemente, no ano seguinte (1995) o Parque voltou a ser ocupado pelos tradicionalistas, sem que o Poder Executivo Municipal houvesse tomado qualquer providência no sentido de, usando do seu poder de polícia, fazer cumprir o acordo de cavalheiros que patrocinara um ano antes.¹⁸

Junto com esse documento, com data de 5 de outubro de 1995, também foi apresentado parecer técnico assinado pelo Engenheiro Agrônomo Antônio Silvino Perazzolo. O documento reconhece que o Parque Cinquentenário é um patrimônio

¹⁶ Extraído da Ata referente a Semana Farroupilha de 1996, com data de 9.9.96, elaborada pela 25ª Região Tradicionalista.

¹⁷ Honeyde Bertussi foi compositor, cantor e acordeonista gaúcho, nascido em 1923 na localidade de São Jorge da Mulada, distrito de Criúva, Município de Caxias do Sul, faleceu em 1996, em Porto Alegre. É considerado um pioneiro da música tradicionalista do Rio Grande Do Sul.

¹⁸ Extraído do Ofício 136/96, com data de 12 de agosto de 1996, expedido pelo Ministério Público.

histórico do município e o destaca como um dos últimos vestígios da área nativa da Encosta Superior do Nordeste do Rio Grande do Sul. Defende que o espaço deve ser usado para atividades de lazer que não causem danos à fauna e flora ali existentes. Elenca alguns itens como prejudiciais ao local como: atividades com grande ruído, que ultrapassam os decibéis suportáveis pela fauna silvestre, armação de barracas, que provocam asfixia às plantas e agressão aos gramados e cita o fogo de chão como responsável por danos irreversíveis ao local.

Na ocasião, a Câmara de Vereadores de Caxias do Sul enviou, em regime de urgência, a Moção 14/96 ao Promotor Público Clóvis Braga Bonetti. O documento solicita a liberação do Parque Cinquentenário para a realização do evento e justifica:

Considerando que a partir do próximo dia 14 será festejada a Semana Farroupilha, como ocorre todos os anos em Caxias do Sul e em todo o Estado do Rio Grande do Sul. Considerando que havia sido aventada a possibilidade do uso da área dos Pavilhões da Festa da Uva, mas não há como concretizá-la uma vez que no local a “Latino Plast e a SIPACK”, no mesmo período. Considerando ser o Parque Cinquentenário o local ideal para o certame, sendo que para tanto se faz necessária a liberação por parte do promotor público.¹⁹

Tendo em vista os danos ocasionados ao parque e a falta de local para realização das atividades comemorativas, foi elaborado pelo Ministério Público um “Termo de Compromisso” assinado pelo promotor de justiça, prefeito municipal, procurador-geral do município, presidente da 25ª RT, Comandante da Brigada Militar, presidente da Ascapam e presidente da Comissão da Semana Farroupilha de 1996.

O termo possui declarações iniciais e dezesseis cláusulas a serem seguidas. As mesmas se referem ao horário das atividades, volume do som, à proibição de circulação de carros e animais e a ações voltadas a evitar agressões ao local. Outro registro envolvendo a situação é um ofício elaborado pela 25ª RT e encaminhado à Universidade de Caxias do Sul. Esse ofício solicita a apresentação de dois laudos ou pareceres técnicos emitidos pela Universidade, conforme exigência do então promotor de justiça, Clóvis Bragança.

O diretor de Cultura Popular da Secretaria de Cultura de Caxias do Sul, Elvino dos Santos comenta:

¹⁹ Texto extraído da Moção 14/96 da Câmara de Vereadores de Caxias do Sul, com data de 5.9.1996.

A gente ficou no parque uns cinco anos fazendo o evento. Quando acabava a Semana Farroupilha ficava um pisoteio, tanto das pessoas como dos animais, acabavam com o parque. Daqui a pouco se percebeu que tinha que ir pra um lugar maior.²⁰

Nos anos seguintes, o evento passou a ser realizado nos pavilhões construídos em 1974 para sediar a Festa Nacional da Uva; mas, devido as suas proporções, passou a abrigar as principais feiras e eventos de grande porte realizados na cidade, fossem eles de abrangência regional, nacional ou internacional. O Parque Mário Bernardino Ramos, popularmente conhecido como Pavilhões da Festa da Uva, é um dos maiores e mais completos espaços de eventos do Brasil, com uma área de 365 mil metros quadrados, conforme informa a Prefeitura Municipal.

Na época, foi construída no local uma cancha de laço para realizações de eventos tradicionalistas. Santos afirma que o primeiro “tiro de laço”²¹ foi executado por Gilmar Daneluz, que realizava rodeios em Vila Oliva, distrito rural de Caxias do Sul. Hoje, o Parque conta com a única cancha de laço coberta no Estado do Rio Grande do Sul. Inaugurada em 2010, durante a realização da 22ª Festa Campeira do Rio Grande do Sul (Fecars), tem 180 metros de comprimento e 70 metros de largura, conforme registra a jornalista Siliane Vieira, em matéria publicada no jornal *Pioneiro* de 19 de março de 2010.²²

A 22ª FECARS foi realizada em Caxias do Sul a pedido do vice-prefeito, que, em entrevista afirma: “Fizemos uma solicitação especial, para que Caxias recebesse essa festa quando comemora 135 anos de imigração italiana, 120 de emancipação e o centenário da chegada do trem. Conseguimos e pra nós é uma honra”, garante Alceu Barbosa Velho.

Uma das atrações envolvidas nas comemorações dos Festejos Farroupilhas são os desfiles. Em Caxias do Sul, no ano de comemoração do sesquicentenário da Revolução, o desfile já estava presente, conforme descreve Sartor:

Na época foi uma dificuldade, nós fizemos um evento que durou uma semana inteira, com o hasteamento das bandeiras, com chama crioula, com desfile de cavalarianos que deu umas 300 pessoas desfilando. O pessoal foi se achegando porque foi o primeiro movimento fora do CTG.²³

²⁰ Em entrevista a autora no dia 3.8.12.

²¹ Tiro de laço é uma forma de competição característica do Rio Grande do Sul. Nessa prova, o ginete, montado a cavalo, tem o espaço de 100 metros para laçar o gado que tenta fugir.

²² Jornal *Pioneiro*, versão *online*, do dia 19.3.2010, edição 10691.

²³ Em entrevista a autora, no dia 26.7.12.

Diversos desfiles ocorrem ao longo dos anos e, a partir de 2003, foi idealizada uma nova proposta para atividade, ou seja, o desfile passaria a ser temático. O governo do estado apresenta a proposta de desfile da Semana Farroupilha:

Desde 2003, uma nova formatação do desfile de 20 de setembro foi idealizada para fortalecer as comemorações da Semana Farroupilha, uma das maiores festas populares do Rio Grande do Sul. Em 2004, foi desenvolvido um projeto piloto estendendo os desfiles temáticos para seis cidades do interior que, tradicionalmente, mantinham programações em comemoração à Semana Farroupilha: Alegrete, Bagé, Caxias do Sul, Passo Fundo, Piratini e Santana do Livramento. Os desfiles temáticos realizados nestes municípios aconteceram no mesmo formato do de Porto Alegre, sobre o tema "Os Ideais Farroupilhas", com estrutura de arquibancada, sonorização, espaço para imprensa, caracterização típica e, pelo menos, com um carro temático.²⁴

Hoje, em Caxias do Sul, o desfile temático da Semana Farroupilha acontece na rua Sinimbu, uma das principais do centro da cidade, sempre no dia 20 de setembro, feriado estadual. De acordo com o Secretário Municipal da Cultura, João Tonus, o desfile seria diferenciado em 2012:

O desfile deste ano trata do tema da festa – As Nossa Riquezas – que é cheio de simbologia e traz um acréscimo em termos de alegorias. A presença de inúmeros CTGs também é um dos pontos altos, uma vez que a participação é voluntária e independente. Eles são engajados e trazem a força da tradição consigo neste momento. Desfilam com o orgulho de serem gaúchos.²⁵

Para Jó Arse, coordenador da 25ª RT, o evento vem crescendo a cada edição. Destaca que a programação diversificada atrai a população e, como não há cobrança de ingresso, isso favorece a participação da população. Afirma, também, que os melhores espetáculos do estado acontecem na Semana Farroupilha de Caxias do Sul. Cita que cerca de 50 artistas locais fazem apresentação.

A Semana Farroupilha teve um grande crescimento de 2005 pra cá. Em 2004, passou pelos Pavilhões uma média de 50 mil pessoas. No ano passado (2011) passou 300 mil pessoas. É um evento que vem crescendo a todo ano. O crescimento vem através da

²⁴ Texto extraído do *site* do governo do estado, em 12.9.06, com o título Semana Farroupilha, a maior festa popular do RS. Acessado em 22.11.12.

²⁵ Entrevista publicada no *site* Olá Serra Gaúcha, no dia 18.9.12, com o título "Em Caxias do Sul, desfile farroupilha promete surpreender com alegorias". Acessado em 22.11.12.

organização, dos espetáculos, dos shows.²⁶ Mas programação do evento é muito importante, é a programação que vai atrair a comunidade, vai trazer os participantes.²⁷

O jornal *Domínio da Notícia*,²⁸ na edição da segunda quinzena de agosto de 2010, apresenta uma reportagem sobre o lançamento oficial dos Festejos Farroupilhas de 2010, as novidades da edição e sua programação.

O Prefeito José Ivo Sartori participou do lançamento oficial dos festejos da Semana Farroupilha de Caxias do Sul e da apresentação do regulamento para o Acampamento Farroupilha. O responsável de cada entidade que acampar no parque irá assinar um termo de compromisso, ficando ciente o conteúdo do regulamento.

A reportagem destaca que o objetivo desse regulamento é fazer com que os participantes se sintam responsáveis pela infraestrutura do local. Esse regulamento surgiu como exigência do Ministério Público e de órgãos ambientais, a exemplo do que já aconteceu em relação ao Parque Cinquentenário.

O documento possui como título “Regulamento da Semana Farroupilha 2010”, e destaca:

A Comissão Organizadora da Semana Farroupilha 2010, no uso de suas atribuições, previstas pelo Decreto nº 44.448 de 22/05/06, aprova o regulamento da Semana Farroupilha do Município de Caxias do Sul.

O documento apresenta oito pontos principais relacionados ao evento, sendo o capítulo I, Da comissão; II, Das atividades comerciais; III, Da circulação de veículos; IV, Das credenciais para veículos no acampamento; V, Da publicidade e/ou propaganda política; VI, Da emissão de ruídos e vibrações; VII, Do local de acampamento; VIII, Das disposições gerais.

O regulamento explica o que é permitido e o que é expressamente proibido em relação aos diferentes itens. Trata-se de uma forma de organizar os espaços do evento e sua utilização, bem como promover a boa convivência entre comerciantes, visitantes e acampados. O documento também aponta para as penalidades que variam entre advertência, multa, suspensão e proibição de continuar participando das atividades do evento.

²⁶ Quando da criação do primeiro CTG, em 1948, um dos objetivos era fazer frente à ascensão da cultura norte-americana, o pós-guerra. Hoje, parece que as incorporações dos temas em inglês não mais perturbam os tradicionalistas.

²⁷ Em entrevista à autora no dia 9.8.12.

²⁸ Jornal fundado em 2005 na cidade de Farroupilha, de periodicidade quinzenal, com tiragem de dez mil exemplares e com ampla circulação em Caxias do Sul.

Para melhor organização, o parque é dividido em quatro setores, sendo eles: Pavilhão 1, Pavilhão 2, Acampamento Cristo e Acampamento Mato. O Pavilhão 1 é composto por sessenta e dois lotes, onde ficam acampados CTGs, entidades, sindicatos, órgãos públicos, veículos de comunicação e empresas patrocinadoras do evento. Nesse ambiente há um palco secundário, espaço de alimentação e banheiros.

O Pavilhão 2 abriga o comércio, a praça de alimentação geral, o parque de diversões e o palco principal. O Acampamento Cristo se refere ao local próximo ao Monumento Cristo Terceiro Milênio,²⁹ é usado pelos participantes que ficam acampados em caminhões e *motohomes*; ao todo são quarenta lotes.

O Acampamento Mato se refere à área localizada próxima à cancha de laço. Os participantes montam estruturas de abrigo parecidas com barracas, usam cordas, lonas, madeira e estrutura metálica (ver figura 10). Somente nessa região do parque é permitida a circulação de cavalos, medida adotada para evitar danos ao meio ambiente e incômodo aos demais participantes.

No capítulo VII, que trata das regras de acampamento, é visível a intenção de promover os cuidados com o ambiente de acampamento, com a limpeza e com a disposição dos resíduos produzidos. Quem solicita lote, para acampamento em qualquer uma das áreas, precisa preencher uma ficha com dados pessoais do responsável e assinar uma declaração de recebimento da planta baixa do lote, o regulamento do evento e o alvará ambiental, conforme destaca o art. 17:

Art.17. No momento da confirmação do lote, o responsável receberá um ALVARÁ DE CONCESSÃO DO ACAMPAMENTO na Semana Farroupilha, que deverá ser afixado em local bem visível para fiscalização.

Para Rosane Moreira, diretora da Exposul, empresa responsável pela organização de espaços dentro do parque:

*O primeiro ano, os caras queriam o nosso fígado aqui. O pessoal tava muito mal acostumado. Pra nós foi gratificante, depois que a gente conseguiu o pior. Mas os gaudérios não foi tão fácil assim, agora que nós botamos eles nos eixos. Tinham muitos que vinham pra fazer festa e faziam fogo no chão, cortavam árvore, aqui explica tudo. Nós temos uma fiscalização, eles ficam circulando.*³⁰

²⁹ Obra idealizada e concebida pelo escultor Bruno Segalla (1922 - 2001) em 1991; composta por busto com 21 metros de altura, tem sua base fixada na laje do Museu de Artes Sacras. A obra está instalada no lado sul no Parque Mário Bernardino Ramos.

³⁰ Em entrevista à autora no dia 14.9.12.

Esse regulamento também foi aplicado ao evento nos anos seguintes. Moreira³¹ comenta “Todos os anos vamos aperfeiçoando. Este ano, vamos mudar mais umas três coisinhas.” O jornal *Domínio da Notícia*, de agosto de 2010, destaca em sua reportagem a entrevista com a Comissão Organizadora e uma novidade que será comemorada pela comunidade:

O Presidente da Comissão, o diretor-presidente da Codeca, Adiló Didomenico, disse que o evento será uma grande marca para Caxias do Sul, visto que, pela primeira vez, será usada a estrutura coberta da cancha de rodeios numa edição da Semana Farroupilha, que faz jus ao título que a cidade recebeu Capital Mundial dos CTGs.

O mesmo jornal aponta que a Secretaria de Cultura, por meio da Unidade de Música, Orquestra Municipal de Sopros, integra a programação artística do evento. Ainda destaca a gravação do DVD especial sobre os 100 anos de Caxias do Sul e o lançamento pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho do livro intitulado *Farroupilhas: ideais, cidadania e revolução*, tema do evento realizado em 2010.

O livro está dividido em XI capítulos e abordam as relações familiares, o destino dos líderes farroupilhas, os líderes imperiais e sua atuação na Revolução, a religião, os jogos, as danças, a movimentação estratégica das tropas nas batalhas, e o último capítulo sugere orientações pedagógicas para a aplicação do temário nas escolas.³²

Conforme entrevista com a organização do evento, e entidades envolvidas, nos últimos anos de realização dos Festejos, um dos focos de atuação são as atividades realizadas com crianças e adolescentes. Diversas atividades foram implantadas com o objetivo de propagar a cultura do estado e de despertar nos estudantes o interesse pela tradição gaúcha.

Conforme visita ao evento no dia 13 de setembro de 2012, e entrevista com o diretor da Secretaria de Turismo e também com o coordenador substituto da 25ª Região Tradicionalista, o foco do evento nesse ano foi direcionado ao atendimento às escolas. As visitas são agendadas, e as escolas são recebidas por guias de turismo. O diretor da Secretaria de Turismo de Caxias do Sul, Saulo Velasco, explica as atividades de responsabilidade da secretaria:

A Secretaria do Turismo, ela atua na questão da recepção. O turismo também tem o papel de receber não só o turista, mas também o caxiense. Nós recebemos os alunos das

³¹ Rosane Moreira, em entrevista à autora no dia 14.9.12.

³² Texto extraído de matéria publicada no jornal *Domínio da Notícia*, de agosto de 2010, página 10.

*escolas, no ensino médio, no ensino médio básico, municipais e estaduais, neste momento, o nosso principal foco é as crianças das escolas.*³³

Saulo destaca que a estrutura do Parque da Festa da Uva é muito boa, fator que contribui para atrair turistas. Oferece espaço para espetáculos e cancha de laço coberta. Defende as informações com base em pesquisa realizada pela Secretaria de Turismo:

*Em 2010 e 2011 nós fizemos uma pesquisa. O resultado, tanto 2010 e 2011, deu que em torno de 40% de pessoas de fora. A região nordeste era a grande maioria, depois mais da região centro e sul do estado, e de estados como Santa Catarina e Paraná. Acredito que a Semana Farroupilha, os Festejos Farroupilhas, seja em Caxias ou em outro município, eles atraem turistas. Em Caxias por ter essa estrutura dos pavilhões da Festa da Uva, esta grande estrutura, Caxias tem o privilégio.*³⁴

O diretor de Cultura Popular da Secretaria de Cultura de Caxias do Sul, Elvino dos Santos, considera que o evento Festejos Farroupilhas envolve diretamente a cultura do estado. Pensando nessa questão em 2005, por meio da Secretaria de Cultura, foi criado um espaço dentro do evento, que tem o nome de “Marcas da Cultura Gaúcha”.

*Todos os anos, através do Departamento de Arte e Cultura Popular, se propõe um projeto de cultura integrada, que é um olhar diferente pra Semana Farroupilha. Que a gente possa levar um proposta que não é só uma questão tradicionalista. A questão tradicionalista é uma questão do Movimento Tradicionalista, onde as pessoas são credenciadas, eles tem seus regulamentos. Nem todo mundo que vai acampar na Semana Farroupilha é tradicionalista. Talvez a maioria das pessoas que acampem lá não sejam tradicionalistas credenciados. O público que vai para o parque durante o evento, a sua grande maioria, é o público que tem simpatia, que vão para conhecer. Não são tradicionalistas. Nós buscamos este olhar, tratar o evento enquanto evento cultural.*³⁵

O espaço citado por Santos localiza-se dentro do Pavilhão 2 e faz parte do roteiro de visitação de crianças e adolescentes das escolas. A primeira atividade é realizada no palco principal do evento, onde acontecem apresentaoes de música e dança. Num segundo momento, acontece a visitaao ao espaço “Marcas da Cultura Gaúcha”.

Conforme observaao, o espaço “Marcas da Cultura Gaúcha” oferece exposiao de utensílios utilizados nas lides campeiras, fogo de chão e história do cavalo campeiro; espaço do chimarrão e a exposiao de esculturas “Herança do Pampa”, do artista plástico Ca  Braga. Para Santos, Braga   “um artista

³³ Em entrevista   autora no dia 14.9.12 no local do evento.

³⁴ Idem à nota 31.

³⁵ Em entrevista   autora no dia 3.8.12 na Secretaria Municipal de Cultura de Caxias do Sul.

contemporâneo, ele criou suas obras a partir de cavalos contemporâneos. Cavalos sem pata, sem cabeça, centauros. O Caé foi o defensor da tese de que o cavalo crioulo hoje é cultura do gaúcho. Nessa mesma área, está presente uma mostra do artesanato gaúcho, como o tear, entrelaçado de palha, entrelaçado de vime e trança de couro. A exposição de animais merece destaque especial, ao reunir alguns exemplares de cavalos, vacas, cabras e galinhas. Santos pondera sobre o número de visitas:

Ano passado atendemos mil crianças por dia no espaço dentro da Semana Farroupilha. Neste ano queremos atender mil e duzentas crianças por dia. Nós fizemos um mapeamento com as escolas, recebemos eles no palco, mostramos os símbolos gaúchos, fizemos apresentação artísticas de chula e uma apresentação do gaitero e depois levamos visitar os espaços dos pavilhões.³⁶

A 4ª Coordenadoria de Educação é responsável pelo agendamento das escolas que pretendem visitar o evento. A coordenadora da entidade, Márcia Fernandes³⁷ explica que a “4ª CREE atende 16 municípios, mas somente realizamos em Caxias do Sul. Cada município faz a sua programação. Todas, sem exceção, existe atividade”. A professora Raquel Maggi é responsável por coordenar as atividades relacionadas ao evento; ela explica:

São agendamentos, em torno de 60 alunos por escola. São 500 crianças por turno visitando o parque. São visitas monitoradas pela 25ª e pela Secretaria da Cultura. É uma visita monitorada, cada escola possui um guia que acompanha o tempo inteiro. Não tem dispersão. O guia já sabe o trajeto. É uma visita orientada.³⁸

Ao todo a rede estadual conta com 55 escolas e, nesse evento, está engajada com a Secretaria Municipal de Educação de Caxias do Sul, que contabiliza 85 escolas. As escolas particulares também podem participar das atividades. Maggi comenta sobre o fator positivo da participação dos jovens de escolas públicas, na visita: “O bom da Semana Farroupilha é o envolvimento da tradição. A maioria das crianças são de vulnerabilidade social. São crianças que não saem, não tem poder aquisitivo para sair de casa, fazer um passeio.” Fernandes complementa explicando: “Adolescente que estão envolvidos e engajados em CTGs, o índice com envolvimento de drogas é bem menor. O próprio CTG faz este resgate, esse trabalho.” Para Santos, “o movimento tradicionalista é um movimento urbano. É

³⁶ Idem à nota 33.

³⁷ Em entrevista à autora no dia 10.8.12 na 4ª Coordenadoria Regional de Educação do RS.

³⁸ Idem à nota 35.

importante que a Semana Farroupilha seja um festejo mais aberto, mais pensando na cultura gaúcha”.

O evento de 2012 também teve grandes proporções. O coordenador em exercício da 25ª Região Tradicionalista, Cléo Camassola, comenta sobre o público: “Nós estávamos trabalhando com mais ou menos o que foi o ano passado, que ficou em torno de 300 mil pessoas.” O que se confirmou.

O *Jornal do Comércio* elaborou um caderno especial³⁹ sobre a Semana Farroupilha de 2011. Destaca o resgate dos elementos formadores da identidade gaúcha, marca da Semana Farroupilha de 2011, que adotou para as comemorações o tema “Nossas raízes”. A reportagem aponta para a estimativa de público, segundo a organização do evento realizado na capital do estado, Porto Alegre, de cerca de um milhão de pessoas.

Conforme aponta a Lei 4.850, de 1964, sobre a regulamentação do evento, o mesmo deve acontecer do dia 14 ao dia 20 de setembro de cada ano. Em Caxias do Sul, as atividades iniciam no dia sete de setembro. Camassola explica que a cidade realiza um evento mais longo:

Caxias já começa as atividades no dia 7 de setembro, por um motivo: a gente agregou um festival de danças serrana, dança tradicional que era em outras épocas. Temos também, neste ano, a homenagem da Itália no Brasil. Então, ficaria poucos dias pra todas as atividades. A outra parte é que o parque estaria disponível, então já aproveitamos para o acampamento, são demorados para fazer. Por isso que é do dia 7 ao dia 20, no dia 20 encerramos mesmo (risos).⁴⁰

O evento de 2012 contou com uma vasta programação artística envolvendo o “Festival Cesar Passarinho”, “Concurso de Causos Gauchescos”, “Concurso de Culinária Campeira”, e também missa campeira, desfile temático, espetáculos de música com artistas locais e artistas renomados, bailes, apresentações artísticas de CTGs, palestras e com a programação campeira, que realizou a cavalgada de integração, gineteadas; provas de laço, de rédeas, balizas, tambores, apartação, cepo, do couro e do chasque. O ingresso sugerido para a entrada no parque de eventos foi um quilo de alimento não perecível.

A opinião dos visitantes e participantes do evento também é importante. Vejamos alguns comentários feitos durante entrevistas realizadas no dia 15.9.12, sobre a organização geral do evento.

³⁹ Caderno especial Semana Farroupilha, edição de 19 e 20 de setembro de 2011, contendo oito páginas coloridas.

⁴⁰ Em entrevista à autora no dia 14.9.12 no local do evento.

A cada ano que passa o evento é maior e mais bem organizado. Eu gosto muito de vir e temos o privilégio de ser aqui neste lugar. Tanto dá pra participar na parte artística e na parte da campeira. O pessoal pode acampar lá no mato ou mais ao ar livre. Aqui se chove ou tem sol estamos protegidos e é muito bom, tem bons banheiros, tem água, tem energia. Eu estou aqui faz 10 dias, é muito divertido. (Mara Pasquali – acampada Pavilhão 1).

O ponto positivo é a estrutura, bem organizado, bem montado. Cada vez está melhor. As negativas não têm, tudo está bom. A estrutura do evento é boa, é ótima, porque já está tudo pronto. (Tadeu Dalzotto – Empresa Acrilys, uma das patrocinadoras do evento).

Eu participo pelo CTG Marco da Tradição. Nós sempre participamos daqui. O evento tá organizado, tá bem, cada ano está melhor. Não tenho que falar, tudo é bom. (Evenir – integrante de CTG).

Olha, é um evento muito tradicional humm, é um evento grande, e estamos aí pra receber o público, quem prestigiar as danças, o evento e comprar também, eu vendo jaquetas de couro. (Elisabete Posebon – vendedora do comércio local).

A organização tá bem boa. As pessoas estão mais conscientizadas pela limpeza. Antigamente a gente via muito lixo espalhado pelo parque, hoje já está bem melhor. Os shows estão ótimos, os cantores são bons, bons mesmo. A segurança tá boa, a polícia tá comparecendo. Tem bastante polícia e bastante segurança. Chega certo horário acaba o som, acaba tudo, isso é bom. (Paula – Acampamento Mato).

Perante o exposto, a análise de documentos, as entrevistas e observações realizadas, é preciso registrar a grandiosidade dos Festejos Farroupilhas. O evento está na sua 28ª edição, sendo que os primeiros foram realizados por pessoas que apreciavam a tradição. O público estimado da edição de 2012 foi de 300 mil pessoas, número alto para uma cidade que possui 435.482 habitantes, conforme IBGE/Censo 2010. Nos últimos anos, com o apoio das leis de incentivo, o evento contou com uma quantidade maior de verba e, conseqüentemente, com uma equipe de organização mais qualificada.

Caxias do Sul possui a Lei 4.592, de 18 de dezembro de 1996, que dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais no âmbito do Município de Caxias do Sul. Conforme o art. 4º, os eventos gaúchos são inseridos na área de folclore, artesanato e outras manifestações da cultura popular.

Devido ao porte do evento e sua duração de 14 dias, conta com o apoio público e privado, utilizando recursos da lei de incentivo à cultura. A Lei Municipal de Incentivo à Cultura, 4.592/96, concede incentivo fiscal para a realização de projetos culturais à pessoa física ou jurídica domiciliada no Município de Caxias do Sul. A Secretaria de Cultura apresenta em seu *site* os projetos culturais dos anos de 1998 a 2011. Verifica-se que o evento recebeu apoio da LIC Municipal até o ano de 2002. Santos explica o porquê do apoio somente até a data citada:

Depois de 2002 nós passamos a fazer convênios, a entidade passou a ter documentação legal, CNPJ. No convênio se faz um demanda de necessidades da Semana Farroupilha e nós discutimos com os idealizadores, são eles: a Prefeitura, a 4ª CREE e a Brigada e a 25ª RT. É o que diz na lei estadual. Mesmo com o convênio, fizemos três orçamentos, mas já descrevemos as reais necessidades, de acordo com o que precisamos. Ou tu procede assim pelo convênio ou tem que fazer licitação. A licitação, às vezes, se torna inviável. Exemplo, se tu faz uma licitação de palco ou estrutura física, é feita a licitação pregão. Quem tiver o menor preço presta o serviço. Como é que se vai saber se empresa tem competência para fazer bem-feito. Por isso que ela não é viável.⁴¹

Jó Arse, coordenador da 25ª RT confirma as informações e destaca o valor destinado pelo Poder Público ao evento: “São em torno de 260 mil reais voltados para o pagamento de artistas locais e infraestrutura geral do evento.” Arse menciona o valor total do evento e a busca de valores para a realização do evento:

Os valores giram em torno de uns 600 mil reais, a gente vai buscar o resto do valor em patrocínio direto, venda de espaços, projeto de Lei de Incentivo a Cultura Municipal e Federal. Utilizamos a lei federal, a Lei Rouanet e o patrocínio direto também.⁴²

Ao somarmos os valores, percebe-se que cerca de 80% do custo total do evento é coberto pela Lei de Incentivo Federal e convênio com a Prefeitura Municipal. As outras verbas estão relacionadas ao patrocínio empresarial, aluguel de espaços para comércio e para acampamento.

A verba disponível para realização dos Festejos Farroupilhas, bem como a sua profissionalização, reflete diretamente no crescimento de público participante. Diversas pessoas visitam mais do que uma vez o evento, em sua duração de 14 dias, e a forma de ingresso contribuem para que a comunidade participe diversas vezes. O evento atrai visitantes das cidades da região pela sua ampla programação e até turistas de outros estados brasileiros se fazem presentes. Os Festejos Farroupilhas, sendo um evento cultural, pode colaborar para fomentar o turismo cultural e promover a cultura regional da Serra gaúcha.

⁴¹ Em entrevista à autora no dia 3.8.12 na Secretaria Municipal de Cultura de Caxias do Sul.

⁴² Em entrevista à autora no dia 9.8.12 na sede da 25ª Região Tradicionalista.

4.2 GESTÃO DOS FESTEJOS FARROUPILHAS

Os Festejos Farroupilhas, conforme revisão bibliográfica, pode ser classificado como cultural, por ter como temática a história do estado, aberto em relação ao seu público, fixo devido à periodicidade e de grande porte por características estruturais. Neste capítulo é analisada a gestão do evento, composta pelos seguintes itens: a) produto do evento; b) tema do evento; c) infraestrutura geral; d) programação e cronograma; e) público-alvo; f) alimentação; g) comércio; h) equipe de trabalho; i) divulgação; j) projeto financeiro e h) planejamento geral.

a) Produto do evento

Allen et al. (2003) reforçam que o planejamento detalhado é a essência da gestão do evento. O primeiro item que abordam é a definição do produto do evento, relacionado às principais atividades que irão acontecer.

Os Festejos Farroupilhas é um evento com duração de quatorze dias e oferece aos participantes uma diversificada programação, com apresentações de dança, música, literatura e poesia. Também possui atrações voltadas para as atividades relacionadas ao trabalho do campo, são provas envolvendo o homem e o cavalo, como provas de laço, de rédeas, de balizas, gineteadas, entre outras. A descrição da programação está disposta de forma mais detalhada no item “d”, que identifica as atrações principais e as secundárias.

Arse acredita que o evento vem crescendo a cada ano. Justifica que o crescimento se dá através da profissionalização da organização e dos espetáculos oferecidos, comenta sobre o produto do evento: “A programação do evento é muito importante, é a programação que vai atrair a comunidade, vai trazer os participantes. Assim já temos um produto, digamos assim, para poder vender para atrair o turista.” Arse também aponta para alguns itens que formam o produto, ou seja, o evento Festejos Farroupilhas:

Os melhores shows do estado estão aqui na Semana Farroupilha. Sem falar que temos hoje cerca de 50 artistas locais de Caxias do Sul. Imagina que vai ter cerca de cem

espetáculos durante a Semana Farroupilha. Nós temos dança, culinária, nós temos as provas artísticas, as provas campeiras.

Yeoman et al. (2006) afirmam que o preço do ingresso deve ser analisado conforme o perfil do evento e seus objetivos. A comunidade de Caxias do Sul é o grande público participante do evento, e o ingresso sugerido para a entrada no parque foi um quilo de alimento não perecível. O valor de investimento para participar do evento é baixo, e não é obrigatória essa doação, o que colabora para participação da população, principalmente para famílias com pouco poder aquisitivo.

Esse evento é oficializado através de uma lei estadual de 1964, e foi criado para homenagear a memória dos heróis farrapos. A lei não cita os objetivos do evento, nem traça as metas a serem alcançadas pelo mesmo, os itens primordiais devem ser planejados ainda na fase de decisão do evento, conforme Yeoman et al. (2006). Acredita-se que as metas do evento sejam culturais e sociais, visto que estas são voltadas ao incentivo à participação da população na soma de conhecimentos sobre tradição, aumento do orgulho cívico e satisfação das necessidades de grupos de interesses especiais ou, também, conservar o patrimônio local, seja ele material ou imaterial.

Mesmo não tendo objetivos definidos, não tendo caminhos específicos a seguir no planejamento do evento, a quantidade de atrações e sua diversificação são capazes de construir um produto do evento. Este deve ser incluído no seu planejamento, visto que o evento é periódico, diferencial em cada edição. O mesmo produto, nesse caso do evento, não deve ser igual ano após ano. As expectativas dos participantes precisam ser levadas em conta.

b) Tema do evento

O evento pesquisado, durante muitos anos, recebia o nome de Semana Farroupilha. Acredita-se que os primeiros eventos foram realizados com a duração de uma semana, o que acabou criando o nome do evento, inclusive conforme decreto estadual. Em Caxias do Sul e em outras cidades do Estado, os dias de

comemoração ultrapassam o período de sete dias, levando o MTG a alterar o nome para Festejos Farroupilhas.

Anualmente, o MTG se reúne para o Congresso da entidade e, nesse evento, acontecem definições gerais, bem como a escolha do tema básico da edição anual do evento. Para os Festejos Farroupilhas 2012, o temário adotado foi “Nossas Riquezas”, ele foi apresentado e aprovado no 59º Congresso Tradicionalista Gaúcho, realizado no mês de janeiro de 2012, na cidade de Pelotas – RS.

Esse tema é escrito abaixo do logotipo que é usado como “imagem geral” do evento. Ele aparece no *site* principal do evento, nos materiais de divulgação, nos documentos e é sugerido para estudo nas escolas. Para Allen et al. (2003), é o tema do evento que o diferencia de outros eventos. Uma vez estabelecido o tema, os elementos do evento precisam ser elaborados de acordo, principalmente estar relacionado às atrações, à decoração e à alimentação. A criação desse temário contribui para que em cada edição do evento seja realizado algo diferente, sejam explorados pontos diferentes da cultura do Estado do Rio Grande do Sul.

Figura 2 – Logotipo dos Festejos Farroupilhas



Fonte: <www.semanafarroupilha.com.br>

Ao verificarmos a classificação de Matias (2002), é possível observar que esse evento pode ser classificado como artístico, pois apresenta manifestação de música, poesia e literatura e, como cultural, por ressaltar os aspectos de determinada cultura; cívico por tratar de assuntos ligados à pátria, visto que é a data máxima do estado, conforme aponta a lei e também folclórico, já que trata de

manifestações de culturas regionais, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos.

O Ministério do Turismo (2011) classifica os eventos de acordo com a natureza das relações que buscam estabelecer. Trata os Festejos Farroupilhas como evento de cunho social, por envolver confraternizações e comemorações realizadas por uma entidade e por determinado grupo social. Ignara (2003) defende que o tema geral de um evento pode ser considerado um atrativo do turismo cultural, o que vem ao encontro, se observarmos que comemora a data máxima do Estado do Rio Grande do Sul.

Allen et al. (2003) salientam que o tema do evento é responsável por conceber a respectiva imagem, inclui decisões sobre as atrações, a decoração e a alimentação. Conforme observação realizada durante a pesquisa, não foram encontrados elementos decorativos que remetesse ao tema e ao imaginário que o evento, supõe-se, deveria trabalhar. Não foram construídas faixas, placas, objetos ou bonecos que relacionassem a data. O logotipo do evento somente foi visualizado no palco central.

Ao analisar o espaço de acampamentos do Pavilhão 1, verifica-se que o material utilizado na demarcação dos espaços, na confecção de mesas e estruturas de galpão, pode ser considerado como ambientação do evento. É utilizada a madeira de costaneira ou a madeira bruta, o que proporciona um ambiente rústico, que remete ao “clima de campo”, espaço que o movimento tradicionalista busca reviver. Essa área também utiliza elementos da cultura gaúcha, como objetos relacionados ao campo e cores da bandeira do estado, conforme fotos abaixo:

Figura 3 – Acampamento Pavilhão 1



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 4 – Acampamento Pavilhão 1



Fonte: Acervo da autora, 2012.

O acampamento do mato também evidencia a cultura regional campeira, são barracas construídas de madeira ou com o auxílio de lonas para abrigo. A presença de churrasqueiras nos acampamentos lembra o prato tradicional da gastronomia local, o churrasco. Acredita-se que os locais improvisados, conhecidos como tendas ou barracas, estejam relacionados aos tropeiros, trabalhadores encarregados de transportar o gado a diferentes regiões do estado e também do País. Faziam longas viagens por estradas de chão ou por caminhos que eram percorridos no lombo de cavalos ou burros. Por diversos momentos precisavam montar acampamento para pernoitar e se proteger do mau-tempo.

O comércio e a praça de alimentação, localizados no Pavilhão 2, não apresentam decoração relacionada ao evento. As lojas são instaladas com a estrutura usada em feiras comerciais. A praça de alimentação é muito similar a de outras festas realizadas no local; cada estabelecimento exhibe o produto que vende e utiliza cores chamativas, como vermelho e laranja, para tentar se destacar dos demais.

O fundo do palco principal apresenta uma imagem relacionada ao tema do evento “Nossas Riquezas”, e exhibe a imagem do Monumento ao Imigrante,⁴³ referente à homenagem da Itália no Brasil. O palco secundário, no Pavilhão 1, não possui fundo, somente estrutura branca.

⁴³ O Monumento Nacional ao Imigrante foi inaugurado em 1954, pelo então presidente Getúlio Vargas. Localizado na entrada de Caxias do Sul, faz homenagem aos imigrantes italianos do estado.

Existem faixas expostas em diferentes áreas do parque, elas apresentam o logotipo dos patrocinadores e apoiadores do evento. De maneira geral, o tema é pouco explorado através dos elementos símbolos da data ou da imagem usada na divulgação do evento, conforme Anexo A. O tema colabora para que evento seja diferente a cada ano, visto que muitos dos visitantes participam em diferentes edições.

c) Infraestrutura geral

Existem diversos ambientes disponíveis para a realização de eventos, espaços já estabelecidos para esse tipo de atividade, o que facilita na etapa de organização. Alguns itens devem ser analisados na escolha do local como o tamanho e a capacidade do espaço, as instalações, conectividades com tecnologias de comunicação, história e centralidade, no que se refere à proximidade ou facilidade de acesso a aeroporto, rodoviárias, hotéis e a outros prestadores de serviços.

Acredita-se que o elemento principal, para a escolha do local de realização dos Festejos Farroupilhas, seja a capacidade local e sua estrutura geral. O Parque de Eventos da Festa Nacional da Uva é o maior espaço da cidade destinado à realização de eventos, possuindo uma área de 365 mil metros quadrados. Além disso, abriga a cancha de laço coberta para a realização de eventos tradicionalistas.

O local possui uma área grande de estacionamento, diversos portões de entrada, banheiros em locais estratégicos, pavilhões cobertos e acesso facilitado para pessoas com deficiência, conforme foto aérea. O estacionamento principal é gerido por empresa particular, que fixou a tarifa de oito reais por veículo.

Além disso, localiza-se em região próxima do centro da cidade e com acesso facilitado por perimetral, RS 122 e BR 116. As ruas do seu entorno foram planejadas para atenderem o fluxo de veículos.

Figura 5 – Foto aérea Parque da Festa da Uva



Fonte: <<http://www.festanacionaldauva.com.br>>

Na entrada do parque, existe uma parada de ônibus onde linhas de transporte urbano transitam. Não há transporte urbano específico para o local, diferentemente de outros eventos ali realizados, onde são colocados ônibus para transporte de passageiros do centro até o parque e vice-versa. O local não possui ponto de táxi, o que dificulta a participação da população nos espetáculos principais, que são realizados a partir das 20 horas, visto que as linhas de ônibus possuem horários limitados, ou seja, há acesso, pela localização, mas a mobilidade urbana não existe em relação ao local. Significa que o evento é planejado para quem pode se deslocar de carro, o que vai contra o discurso de facilitar a entrada da população com menos poder aquisitivo, que utiliza o transporte público.

A organização do evento elaborou uma planta baixa geral do parque e, também, plantas específicas por setores; o parque é dividido em quatro setores, são eles: Pavilhão 1, Pavilhão 2, Acampamento Cristo e Acampamento Mato. O Pavilhão 1 é composto por sessenta e dois lotes, onde ficam acampados CTGs, entidades, sindicatos, órgãos públicos, veículos de comunicação e empresas patrocinadoras do evento. Nesse ambiente há um palco secundário, espaço de alimentação e banheiros.

Figura 6 – Acampamento Pavilhão 1



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Mara comenta sobre o evento e relata sua experiência no acampamento do pavilhão um:

A cada ano que passa o evento é maior e mais bem-organizado. Eu gosto muito de vir e temos o privilégio de ser aqui neste lugar. Tanto dá pra participar na parte artística e na parte da campeira. Aqui se chove ou tem sol estamos protegidos e é muito bom, tem bons banheiros, tem água, tem energia. Eu estou aqui faz 10 dias, é muito divertido.⁴⁴

O Pavilhão 2 abriga o comércio, a praça de alimentação geral, o parque de diversões e o palco principal. Apresenta boa estrutura de banheiros. O Acampamento Cristo se refere ao local próximo ao Monumento Cristo Terceiro Milênio; é usado pelos participantes que ficam acampados em caminhões e *motohomes*; ao todo são quarenta lotes. Próximo ao local foram dispostos banheiros e chuveiros ecológicos.

Figura 7 – Acampamento Cristo



Fonte: Acervo da autora, 2012.

⁴⁴ Mara estava acampada no pavilhão 1. Concedeu entrevista no dia em 15.9.12.

Figura 8 – Banheiros ecológicos



Fonte: Acervo da autora, 2012.

O Acampamento Mato se refere à área localizada próxima à cancha de laço. Os participantes montam estruturas de abrigo parecidas com barracas, usam cordas, lonas, madeira e estrutura metálica. O banheiro disponível possui chuveiros sem portas e não exibe boas condições de limpeza. Paula⁴⁵ comenta: “Os banheiros são bens ruins, alaga tudo, não possui aquela canaletinha”. Banheiros móveis estão disponíveis no local e nas proximidades da cancha de laço. Conforme observação da autora, possuem odor desagradável e não estão limpos.

Figura 9 – Banheiro Acampamento Mato



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Somente nessa região do parque, ou seja, próximo à cancha de laço e acampamento no mato é permitida à circulação de cavalos, medida adotada para evitar danos ao meio ambiente e incômodo aos demais participantes.

⁴⁵ Paula estava acampada no mato, concedeu entrevistas no dia 15.9.12.

Figura 10 – Acampamento Mato



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Saulo comenta sobre a estrutura do parque e visita de turistas ao evento:

A estrutura aqui é muito boa, é grandiosa e por isso que atrai muito turista. Eu vejo que tem como atrair mais. O Poder Público está trabalhando com essa questão de fomentar o turismo. Tem que ter também uma iniciativa do poder privado, da iniciativa privada. Os empreendedores têm que perceber que eles podem colocar a Semana Farroupilha dentro dos seus produtos, tem condições de ampliar os negócios neste período, no caso de Caxias de 7 a 20 de setembro.⁴⁶

Conforme observação, a sinalização interna do parque é precária. Não foram encontradas placas ou faixas que expliquem sobre os diferentes espaços do evento, local das apresentações, localização dos palcos, alimentação, comércio e acampamentos.

Beni (2002), ao apresentar o Sistema de Turismo (Sistur), trata do turismo com uma visão macro, e para melhor analisar cada idem aponta para os subsistemas que envolvem a atividade. Os serviços complementares ou de apoio são necessários ao turismo e também em eventos com esse porte. Os Festejos Farroupilhas contavam com serviços de segurança, feitos por empresa contratada e apoiados pela Brigada Militar, ambulância para atendimento de saúde e secretaria geral, de responsabilidade da 25^a. O atendimento disponibilizado pela Exposul estava relacionado aos lotes, emissão de alvarás, fiscalização e cumprimento do regulamento. A Secretaria de Turismo era responsável por receber o turista e também a comunidade, conforme relatou o diretor-geral do órgão. Os serviços de

⁴⁶ Diretor da Secretaria de Turismo, em entrevista à autora em 14.9.12.

transporte e bancários não foram planejados de forma adequada para o evento, pontos importantes que devem ser repensados para as próximas edições.

d) Programação do evento

Os Festejos Farroupilhas ocorrem anualmente, conforme elucida a Lei 8.715/ 1988, que, no seu art. 1º destaca: “É oficializada a SEMANA FARROUPILHA no Rio Grande do Sul, a ser comemorada de 14 a 20 de setembro de cada ano, em homenagem e memória aos heróis farrapos.”

Os Festejos Farroupilhas realizados em Caxias do Sul, cumprem a lei no que se refere à data; no entanto, estendem-se os dias de realização do evento. As últimas edições iniciaram com atividades ainda no dia 7 de setembro. São quatorze dias de atividades programadas.

Camassola explica sobre a duração do evento:

Por um motivo, a gente agregou um festival de danças serrana, dança tradicional, que era em outras épocas. Tivemos também, neste ano, a homenagem da Itália no Brasil. Então ficaria poucos dias pra todas as atividades. A outra parte é que o parque estaria disponível, então já aproveitamos, como você viu por aí tem o acampamento, são demorados para fazer. Por isso que é do dia 7 ao dia 20, no dia 20 encerramos mesmo. Até o dia 23 tem que estar tudo limpo aqui.⁴⁷

Ao analisarmos a periodicidade do evento, de acordo com Giacaglia (2008), é classificado como periódico, possui data fixa para execução. Não é um evento que aconteça esporadicamente ou de oportunidade, conforme interesse de um grupo ou instituição.

A programação do evento apresenta as datas, os horários e o título das atividades. Segundo Arse, “a Comunidade é atraída por uma boa programação artística, cultural, campeira, de shows. Isso é a grande sacada do crescimento da Semana Farroupilha”. Ao analisar o folheto de divulgação do evento, material oficial que apresenta a programação (ver Anexo A), as atividades são divididas em duas: programação artística e programação campeira. Essa nomenclatura é usada pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho, os Centros de Tradições Gaúchas possuem

⁴⁷ Coordenador em Exercício da 25ª RT, em entrevista à autora durante o evento.

essa divisão interna. Conforme compreendido pela autora, a ala artística está relacionada às atividades envolvendo música, dança, literatura e poesia. Já a campeira se refere às atividades realizadas no campo, envolvem apresentações e provas do homem com o cavalo.

Os horários das atrações que compõem a programação artística são variados. Em alguns dias iniciam pela manhã, às 8h30min, com as atividades culturais destinadas às escolas, em outros dias começam à tarde. Os espetáculos iniciam entre 20 e 22 horas, que são as apresentações de dança e música, em que a concentração de público é maior. Os bailes começam mais tarde, às 23h30min, mas somente nas sextas e sábados, somando quatro no total. Camassola comenta sobre os horários:

Nós moramos numa cidade que todo mundo trabalha, eu também tenho que trabalhar, não posso ficar direto aqui. Mas existem atividades durante o dia, tem atividades com crianças das escolas, tem apresentação de palco, tem os animais para eles terem contato, eu acho que isso é muito importante. E partir das 16 em diante vem o público em geral, pessoal que vem para assistir, pra passear. A partir das 18 horas tem os shows de artistas mais renomados.⁴⁸

A programação artística engloba as atividades culturais com as escolas, bailes, concurso de gaita, violão, declamação e intérprete vocal, espetáculos musicais, mostra de dança e de gaita e missa crioula. O local do evento possui dois palcos, um em cada pavilhão do centro de eventos. O Pavilhão 2 abriga o palco principal, onde artistas renomados fazem as apresentações. O palco do Pavilhão 1 é destinado às apresentações de artistas locais, onde a concentração de público é menor. Arse afirma: “Os melhores shows do estado estão aqui na Semana Farroupilha.” Ele também cita que cerca de 50 artistas locais irão se apresentar.

⁴⁸ Idem à nota 47.

Figura 11 – Palco Pavilhão 1



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 12 – Palco Pavilhão 2



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 13 – Espetáculo de abertura – Pavilhão 2



Fonte: Alex Lorenzi, 2012.

Figura 14 – Espetáculo
Jéssica Tomé

Fonte: Alex Lorenzi, 2012.

A programação campeira inicia ainda antes da abertura do evento, com uma cavalgada de integração entre as cidades de Farroupilha e Capela Castro Alves, no dia 4 de setembro. No decorrer dos dias, são realizadas cavalgadas de integração entre cidades vizinhas de Caxias do Sul. Fazem parte da programação campeira as provas de laço, de rédeas, de balizas, dos tambores, do cepo, do couro e do chasque, do trio de apartação e gineteadas. As atividades citadas acontecem na cancha de laço, de acordo com registro a seguir. Conforme observação, a prova de gineteada⁴⁹ é uma das mais populares e atrai o público em geral, público que não participa de CTG.

⁴⁹ Conforme observação, a gineteada consiste em montar em um cavalo que não foi domado e não é usada cilha. Os juízes consideram o tempo que o homem fica sobre o animal (no máximo oito segundos) e a habilidade do peão.

Figura 15 – Arquibancada cancha de laço



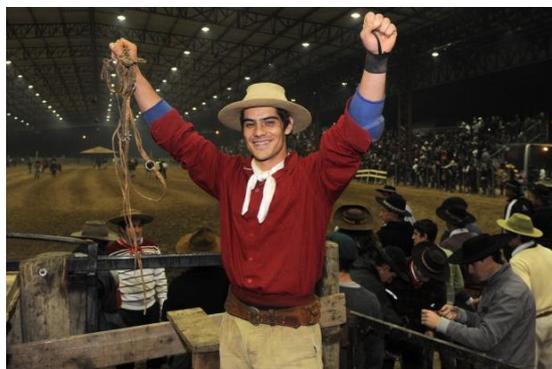
Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 16 – Prova de laço



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 17 – Vencedor prova de gineteada



Fonte: <www.pioneiro.clicrbs.com.br>

O desfile temático está presente nas duas programações, é considerado um dos pontos fortes do evento. Ele aconteceu no dia 20 de setembro na área central

da cidade, na Rua Sinimbu. Cerca de mil e duzentos voluntários, ao lado de 20 carros alegóricos e outros adereços participaram do desfile, que mostrou símbolos da natureza e a força do trabalho gaúcho. A apresentação durou cerca de duas horas, divulga a organização do evento. O jornal *Pioneiro*,⁵⁰ baseado na estimativa de público informada pela Brigada Militar, publicou: “O Desfile Farroupilha desta quinta-feira levou 11 mil pessoas à Rua Sinimbu.” Esse número se refere às pessoas que foram assistir a atividades.

Figura 18 – Abertura do desfile



Fonte: Jonas Ramos.

Figura 19 – Apresentação de dança no desfile



Fonte: Jonas Ramos.

Figura 20 – Desfile



Fonte: Jonas Ramos.

Figura 21 – Desfile



Fonte: Jonas Ramos.

O evento Festejos Farroupilhas apresenta uma programação diversificada e com grande número de atividades; ao analisar o folheto verifica-se a diversidade de atrações. Arse comenta “Imagina que vai ter cerca de cem espetáculos durante a Semana Farroupilha.” Atividades envolvendo música, as apresentações e os *shows*

⁵⁰ Jornal *Pioneiro* – versão *online*, de 21.9.2012. Título “Tradição”.

são consideradas atrativos para o turismo cultural, conforme aponta o Ministério do Turismo (2011).

e) Público-alvo

Em relação ao público-alvo dos Festejos Farroupilhas, Matias (2004) o classifica como um evento aberto, visto que atinge todas as classes de público e a entrada é simbólica, ou seja, não é cobrado valor de ingresso para entrar nos pavilhões onde acontecem as atividades, é sugerida a doação de um quilo de alimento. Conforme observação, a maioria do público, que acessou o evento pelo portão principal, não realizou doação de alimentos.

Foi montada no local uma espécie de tenda, onde as pessoas se dirigem para entregar os produtos. No local havia funcionários da Prefeitura que recebiam os mantimentos e os armazenavam em caixas de plástico para transporte. Não é feita abordagem na entrada do evento. As pessoas que levam as doações identificam o local de entrega pela faixa disposta.

Figura 22 – Doações de alimentos



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Os eventos também podem ser classificados segundo sua abrangência, defende Andrade (2007). Acredita-se que esse evento possui caráter municipal, pois existe grande participação da comunidade do município e de algumas cidades vizinhas. A maioria das cidades do estado realiza algum tipo de atividades para

registrar a data, o que explica o pouco deslocamento dentro do estado, fator importante para o turismo.

Pugen (2008) classifica os eventos também pelo porte. Os Festejos Farroupilhas é classificado como evento de grande porte, de acordo com o número de participantes; em 2012 alcançou a estimativa de público de 300 mil pessoas. Esse cálculo é realizado pela Brigada Militar, conforme explica o Capitão Giovani:

Tem alguém da Brigada Militar que é responsável por colher o público por metro quadrado, do início ao final do evento, onde as pessoas ficam aglomeradas e passamos sempre para a imprensa. Não elaboramos planilha, passamos a informação direto pra imprensa.⁵¹

A autora reside na cidade de Caxias do Sul e verifica que, durante o evento, são elaboradas matérias nos jornais locais que destacam a participação do público. As rádios também dão ampla cobertura ao evento, divulgam a programação, realizam entrevistas e comentam sobre o número de público participante nas principais atividades exibidas na programação.

O número de público que visita o evento é alto para uma cidade que possui 435.482 habitantes, conforme divulga o IBGE/Censo 2010. Acredita-se que a programação extensa e variada faça com que as pessoas visitem mais que uma vez o evento. Arse defende que os tradicionalistas comparecem em grande número ao evento.

O pessoal filiado ao MTG é muito parceiro, só em Caxias tem 90 entidades. A participação das entidades é o diferencial da Semana Farroupilha de Caxias. Claro que a comunidade participa, ela vai prestigiar. A comunidade é atraída por uma boa programação artística, cultural, campeira, de shows.⁵²

Ao indagar Camassola sobre o público geral do evento, ele salienta: “O público em geral não são os tradicionalistas, é o pessoal da cidade e também das cidades vizinhas.”⁵³ E ainda comenta, durante a entrevista, que no dia anterior conversara com pessoas de Joinville, Santa Catarina: “eles vieram especial para os Festejos porque tiveram um ano de passagem e queriam voltar. Eles estavam no parque.”

Santos explica que “o público que vai para o parque durante o evento, a sua grande maioria, é o público que tem simpatia, que vão para conhecer. Não são

⁵¹ Em entrevista à autora no dia 24.8.12 na sede da Brigada Militar.

⁵² Coordenador licenciado da 25ª RT, em entrevista à autora no dia 9.8.12.

⁵³ Coordenador substituto da 25ª RT, em entrevista à autora no dia 14.9.12 no parque de eventos.

tradicionalistas”. Ele acredita que turistas visitem o evento, mas que o Movimento Tradicionalista Gaúcho não planeja atrair esse público, explica:

O MTG é muito engessado e ele não tem esse interesse. O MTG não tem visão de atrair turista, isso é tarefa do Poder Público. O processo está engessado dentro do Poder Público. A Semana Farroupilha possui um grande público, mas público local.⁵⁴

Ao verificar que a maioria do público é residente local, podemos relacionar o conceito defendido por Gastal e Moesch (2007). As autoras preferem uma abordagem diferenciada, destacando o turismo cidadão. Sintetizam que, para viver outros e novos cenários, não seria mais necessário sair dos limites da cidade, visto que esta se tornou um território marcado pela multiplicidade, cujos espaços podem levar ao mesmo estranhamento vivenciado em terras estrangeiras pelo visitante. Os moradores das cidades podem realizar o turismo-cidadão, apropriando-se dos espaços e das situações diferentes da prática rotineira, mesmo sem sair dos limites urbanos por ela delimitados. Ao participar do evento, o morador local vivencia algo novo, que não conhecia, algo diferente da sua rotina.

Ao verificar que o público é local, é necessário planejar alguns itens para atender o turista-cidadão. O serviço oferecido pela Secretaria de Turismo poderia ser ampliado a entidades diversas, como clube de mães, associações, sindicatos; funcionários de empresas poderiam realizar agendamentos para visitaçõ. Acredita-se que, assim, o evento estaria cumprindo seu papel primordial, incentivando a população na soma de conhecimentos sobre tradição e, de certa forma, contribuindo para o aumento do orgulho cívico.

e) Alimentação

O evento apresenta diferentes locais que oferecem alimentação. Na entrada do parque de eventos, foi montado um mercado com produtos básicos. Logo na saída do Pavilhão 1 existem tendas de produtos coloniais e para lanche; já no Pavilhão 2 é que está concentrado o maior ambiente, que oferece lanches e também refeições em restaurantes. Na parte externa, ao lado da cancha de laço, também

⁵⁴ Representante Secretaria da Cultura, em entrevista à autora no dia 3.8.12.

existem estabelecimentos com lanches rápidos. Nos acampamentos, durante observação, as churrasqueiras se faziam presentes.

Logo no pórtico de entrada do evento, no lado direito, foi instalado uma espécie de mercado. Estrutura de ferro com lona que abriga a placa de identificação do local, a mesma exibe os seguintes dizeres: mercado – açougue – padaria. Conforme observação, os produtos comercializados são básicos, como café, açúcar, arroz, feijão, erva-mate, farinha, sal grosso, guardanapo, papel higiênico, produtos de limpeza, pães, geleias, refrigerante e cerveja, gelo, copos descartáveis. Também presunto, queijo, mortadela e nata.

Figura 23 – Mercado



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Durante conversa informal com a atendente, ela explicou que muitas pessoas ficam acampadas e precisam de alguns itens, que estão no “mercadinho”. Não precisam sair do parque para fazer compras. O “mercadinho” fornece produtos de limpeza básicos e itens de alimentação. Percebe-se que a estrutura é improvisada, os fios de luz ficam expostos, a quantidade de produtos é pouca, os balcões são rústicos (tábuas de madeira pregadas) e forrados com plástico promocional.

Figura 24 – Mercado - área interna



Fonte: Acervo da autora, 2012.

No Pavilhão 1, a alimentação é oferecida em tenda de produtos coloniais, venda de pães, morango com chocolate e hamburgueria (*trailer*). O ambiente se localiza na saída do Pavilhão 1, onde há um palco que abriga as apresentações secundárias.

A praça de alimentação geral do evento fica localizada no Pavilhão 2, local com maior espaço e onde são realizados as apresentações para o grande público. A pesquisadora caminhou pelos diversos pontos dessa praça de alimentação e escolheu local para sentar e fez um lanche. Tendo como nota de campo “na praça de alimentação geral do evento os atendentes não usam uniformes, avental nem crachá de identificação. Os mesmos não usam luvas para manuseio de alimentos, fazem a cobrança do valor do lanche (pegar o dinheiro) e também entregam o alimento e o guardanapo”. Na oportunidade, o lanche selecionado foi *crepes suíço*, ao pedir o valor, a atendente disse que não sabia, mas que poderia ser quatro reais, já que era de tarde e não tinha movimento. Conforme percebido, quando aumenta o movimento, o valor do *crepes* aumenta também, passa a custar cinco reais a unidade. Também foi percebido que os estabelecimentos somente exibiam em imagens e texto os produtos que comercializavam, não divulgavam os valores, o que facilita alterar os preços de acordo com o movimento no evento, e não deveria ocorrer.

Conforme os registros fotográficos, a culinária regional estava presente em poucos dos estabelecimentos da praça de alimentação. Eles utilizavam faixas para divulgar a oferta de comida gaúcha e campeira.

Figura 25 – Alimentação Pavilhão 2



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 26 – Alimentação Pavilhão 2



Fonte: Acervo da autora, 2012.

As mesas e cadeiras da praça de alimentação eram de plásticos na cor vermelha, o encosto exibia a marca Coca-Cola e Kaiser, marcas oferecidas pelos comerciantes. Eram oferecidos: pizza em pedaços, crepes suíço, cachorro quente, a *la minuta*, xis burger, pastéis, morango com chocolate, tapioca e acarajé, *milk shake*, cocada e doces. Os estabelecimentos somente de bebidas vendiam ao público o “capeta”, bebida alcoólica que é uma mistura de *vodka*, leite condensado e canela, ingredientes batidos no liquidificador. Também existia uma choperia bem no centro.

Ao indagar Arse sobre a seleção dos comerciantes da praça de alimentação, ele explica que, “hoje todo mundo quer ir para a Semana Farroupilha, mas não tem espaço pra todo pessoal. Tem pessoas do comércio na fila, estão esperando”. Sua resposta não respondeu à questão levantada. Já Elvino, ao ser questionado sobre a situação responde:

*Veja a alimentação da Semana Farroupilha, tem churrasco para todo lugar, mas para atender o público de fora não. Existem elementos dentro da Semana Farroupilha que precisam ser repensados para atender o visitante. Quando se recebe visitas é necessário preparar a sala. O parque tem espaço para receber turistas.*⁵⁵

Dentro do Pavilhão 2, ao lado da praça de alimentação, um parque de diversões foi montado. Eram brinquedos e tendas que se tornaram atrativo para o público jovem e crianças. Esse parque produz barulho e também contribui para

⁵⁵ Representante da Secretaria de Cultura, em entrevista à autora no dia 3.8.12.

descaracterizar o local, visto que são bastante coloridos e os nomes estão relacionados à cultura americana.

Figura 27 – Atração parque de diversões



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 28 – Atração parque de diversões



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Ao lado na cancha de laço também há serviço de alimentação, eles oferecem lanches rápidos como porções, espetinhos de carne, cachorro quente, *milk shake*, pastel, pipoca, sorvete e morangos com chocolate. As bebidas disponíveis são refrigerante, cerveja e o “capeta”. Os locais apresentam poucas cadeiras e o alimento, geralmente, é ingerido em pé.

Figura 29 – Alimentação cancha de laço



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 30 – Alimentação cancha de laço



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Na entrada do parque, no lado direito, existe um ponto turístico da cidade, as Réplicas de Caxias do Sul, casas de madeira similares àquelas dos primórdios da cidade. Em uma dessas casas existe o “O Bodegão – café da colônia”, espaço destinado à venda de produtos coloniais, bem como alimentos e artesanato. O espaço é apreciado por visitantes do parque e, principalmente pelos turistas, oferece produtos conhecidos como *souvenirs*.

Figura 31 – O Bodegão – Café da Colônia



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 32 – Parte interna do O Bodegão



Fonte: Acervo da autora, 2012.

A alimentação disponível em eventos deve ser elaborada de acordo com o tema da atividade e o público envolvido. Acredita-se que esse evento, mesmo tendo a população em geral como público, poderia explorar de outra forma os produtos oferecidos, seja pela seleção dos alimentos, seja pela apresentação dos estabelecimentos. De acordo com observações, esses estabelecimentos usam cores chamativas para atrair o consumidor, o que contribui para descaracterizar o tema do evento, visto que participam de outros eventos e feiras populares. As cores amarela e vermelha usadas também remetem à cultura americana, principalmente aos lanches rápidos.

f) Comércio

O evento apresenta uma área que é chamada de comércio pela organização; são *stand's* elaborados com a mesma estrutura de feira, pois oferecem produtos diversificados ao público visitante. Ao observar a planta-baixa do Pavilhão 2 (Anexo B), é possível visualizar o ambiente de forma geral e contar o número de estabelecimentos. São trinta e dois espaços destinados à venda de produtos populares como bijuterias, bolsas, bonés, brinquedos, blusas, camisetas, cintos, lenços, óculos de sol, entre outros. Esses produtos não possuem custo elevado e são similares ao encontrados em comércio de rua. Também participavam lojas de vestuário com malhas, casacos de inverno, roupas íntimas, jaquetas de couro,

calçados, cobertores e edredons, e artigos relacionados à cultura regional campeira, como peças para indumentárias, utilidades para o lar e para montaria.

Moreira⁵⁶ informa que o tamanho desses varejos é de 12 metros quadrados e o custo para locação é de R\$ 1.000,00. Dos trinta e dois *stand's*, quatro possuem um tamanho diferenciado, são aproximadamente quatro vezes maiores que os outros. O custo para esses espaços é maior que o citado acima. Esses locais abrigam lojas voltadas para os artigos regionais e ficam ao lado de estabelecimentos de alimentação. No mapa se referem aos lotes 29, 30, 34 e 35 (ver Anexo B). O local de comércio é uma espécie de corredor que leva até a praça de alimentação central do evento.

O comércio em geral lembra os produtos de comércio de rua, conhecidos como “camelôs”, conforme apontam as fotos seguintes.

Figura 33 – Comércio



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 34 – Comércio



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Ao refletir sobre o tema do evento, é oportuno comentar que os diversos elementos que formam o evento devem estar envolvidos com a temática proposta. Conforme observação, registros fotográficos e o mapa do local, verifica-se que os produtos oferecidos em maior número não estão de acordo com o tema proposto. Ao comentar sobre a seleção do comércio com Moreira, da empresa Exposul, a explicação foi: “Os lotes maiores foram destinados aos produtos de indumentária, que são quatro”,⁵⁷ ou seja, que os artigos gaúchos ficaram com os espaços maiores, são locais de maior visibilidade, localizados junto à praça de alimentação, onde está

⁵⁶ Rosane Moreira, Exposul Eventos, em entrevista por telefone no dia 5.5.12.

⁵⁷ Rosane Moreira, Exposul Eventos, em entrevista no dia 14.9.12.

o palco principal do evento, que reúne a maior concentração de pessoas durante os espetáculos.

Figura 35 – Comércio de artigos gaúchos



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 36 – Comércio de artigos gaúchos



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Moreira não deixa claro o processo de seleção dos tipos de empresas e de produtos; comenta: “O que mais tem ali, que a gente não conseguiu retirar são os peruanos. Tudo pela miscelânea, o que a gente chama né!”, registrado na figura 34. Pela sua fala e expressão durante a entrevista, se confirma o descontentamento com alguns dos comerciantes e com os produtos oferecidos.

A autora foi abordada pela segurança no momento em que fazia fotos do comércio, no dia 14.9.12, com pedido de explicações. Após relatar que teria autorização para fotografar os locais do evento, foi informada que os comerciantes se sentiram incomodados, mas que tendo autorização poderia continuar a atividade.

Mesmo sendo um evento aberto, onde o público principal é a população da cidade, é importante expor o artesanato local e *souvenirs* da cultura regional campeira. É comum o interesse do público pela aquisição de produtos ou lembranças de locais visitados ou até a aquisição de itens relacionados aos eventos. O Bodegão, localizado na estrada do parque poderia estar em um espaço junto ao comércio, dando esse suporte de vendas, principalmente de interesse de turistas e excursionistas, conforme definidos por Beni (2002). É importante destacar que os varejos voltados aos produtos da cultura regional campeira possuíam diversos itens, que podem ser utilizados como presentes ou lembrança, os mesmos também são considerados *souvenirs*. O que se sugere é que exista um espaço somente com esses itens.

g) Equipe de trabalho

Conforme a Lei 8.715, de outubro de 1988, promulgada pelo então governador, Pedro Simon, as entidades que tomarão parte nas festividades da Semana Farroupilha são: a Secretaria de Educação do Estado, a Brigada Militar, a Prefeitura Municipal e o Movimento Tradicionalista Gaúcho. Já em 22 de junho de 1989, pelo Decreto 33.224, já tendo citado os responsáveis pela organização do evento, fixa no art. 3º que deverá ser instituída uma comissão para organizar e orientar o evento; no inciso 2º, aponta que a comissão deverá realizar a primeira reunião 90 dias antes do evento, a fim de estruturar e elaborar a divulgação em tempo hábil.

Esse decreto demonstra a preocupação do Estado em promover um evento planejado e organizado. Conforme relato dos entrevistados, as reuniões acontecem antes mesmo do que foi estabelecido por lei, o que se faz necessário para um evento desse porte. A gestão de recursos humanos é parte importante no planejamento de um evento, visto que, conforme a proporção do evento, são diversos colaboradores que se envolvem na atividade. Para cada evento deve ser definido o número de profissionais para, então, descrever cada cargo e suas atribuições na atividade.

A autora fez contato com a comissão e solicitou participação nas reuniões de organização do evento. A primeira reunião foi desmarcada e sobre outras, nada foi informado. Foram realizadas entrevistas com os responsáveis de cada entidade da organização do evento, para verificar as responsabilidades atribuídas a cada uma delas.

Santos, da Secretaria de Cultura explica que:

Pela Prefeitura é estabelecida uma comissão do Poder Público municipal; essa comissão envolve quase todas as secretarias afins, desde as secretarias até as autarquias como Samae e Codeca.⁵⁸

Observou-se que o Samae presta serviços relacionados ao abastecimento de água; a Codeca ao sistema de coleta de resíduos e orientações da sua separação, e a Secretaria de Educação, pelo encaminhamento de escolas para visitação. Já a Secretaria de Turismo é responsável por prestar informações à comunidade e à turistas, além de fornecer guias para as visitas orientadas a estudantes. Esta possui sede dentro do local do evento. As demais secretarias participam, mas não foi possível descrever as atividades realizadas, pois não se teve acesso à informação.

Conforme observação (notas de caderno de campo), algumas entidades se reúnem para tratar das tarefas e outras se baseiam em ações de anos anteriores. A 25ª RT é a maior envolvida no evento, ela é responsável pelas atrações da parte artística e também da campeira, tendo contato direto com a Secretaria de Cultura, que contrata prestadores de serviços e encaminha pagamentos através de convênio firmado com entidade.

O Capitão Giovani, representante da Brigada Militar elenca as atividades da entidade para o evento:

A gente tem a parte voltada para o desfile e também o policiamento ostensivo no evento e, também, não esquecendo do policiamento ostensivo de Caxias. A gente também desfila, a tropa que vai fazer o desfile com viatura e o pessoal a pé, envolve o canil com o cães, o motorizado com as viaturas, também envolvemos o policiamento de operações especiais. A nossa preocupação é com o policiamento, seja preventivo ou repressivo. Também alguém, que é responsável por colher o público por metro quadrado do início ao final do evento (quis dizer estimativa de público), passamos a informação direto para imprensa.⁵⁹

Já as atividades da Coordenadoria de Educação do Estado, 4ª CREE em Caxias do Sul, se restringem à visitação das escolas, conforme relata Maggi:

⁵⁸ Representante da Secretaria de Cultura, em entrevista a autora no dia 3.8.12.

⁵⁹ Em entrevista à autora no dia 24.8.12, na sede da Brigada Militar.

A gente faz uma programação, são agendamentos, em torno de 60 alunos por escola. São 500 crianças por turno visitando o parque. As visitas são monitoradas pela 25ª e pela Secretaria da Cultura. Nossa função é recepcionar as escolas, fazer o contato com as escolas, e ficar ali pra qualquer coisa que precisar, de apoio. Todo ano preparamos algo especial. Esse ano a CREE está participando do concurso de poesia literária a Semana Farroupilha, antes era só a SMED.⁶⁰

Yeoman et al. (2006) quando explicam a fase de decisão do evento, ressaltam como um dos pontos principais o estabelecimento da comissão gestora, que será responsável por planejar o evento, implementá-lo e realizar sua avaliação. O evento Festejos Farroupilhas é organizado por uma comissão, conforme ressalta o autor, porém os membros dessa comissão não definem o número de profissionais que estarão envolvidos nem suas atribuições. Nenhum dos entrevistados forneceu informações precisas ou mesmo documentos sobre o solicitado.

O presidente da comissão não foi localizado durante o evento para realização de entrevistas e, posteriormente, não colaborou para que fosse agendado encontro.

g) Divulgação

Ao ser analisada a divulgação de um evento, Allen et al. (2004) abordam esse item como *marketing* do evento, destacando as técnicas promocionais de publicidade, relações públicas e *merchandising*. Já no Brasil, utilizamos também o jornalismo e os materiais institucionais, que variam conforme o porte do evento e o público-alvo envolvido.

O evento Festejos Farroupilhas é divulgado através de diversas ferramentas de comunicação. Arse assegura que “o evento é divulgado por pôster, cartaz, mídia de rádio, TV e de jornal. Acho que a grande divulgação é feita pelas entidades, aquela feita corpo a corpo com as pessoas”.⁶¹

Arse acredita que a comunicação boca a boca, através dos CTGs, de empresas e instituições, que fazem parte da organização, bem como aquelas patrocinadoras e apoiadoras do evento, contribua para divulgação do evento de

⁶⁰ Raquel Maggi, responsável pelo evento pela 4ª CREE, em entrevista à autora no dia 10.8.12.

⁶¹ Coordenador licenciado da 25ª RT, em entrevista no dia 9.8.12.

maneira significativa. É importante salientar também o número de entidades acampadas no parque de eventos, desde secretarias de governo, Exército, associações, sindicatos, entre outros. Rádios locais transmitem ao vivo algumas atividades, além de informarem a programação do evento diversas vezes ao dia.

Santos explica com maiores detalhes como é feito o planejamento de divulgação do evento:

Ele é divulgado em segmento. O fôlder vai para o segmento tradicionalista, pela televisão e rádio divulga o que é do interesse da comunicação de massa, os shows, algo que chame o público para dentro do evento e através do site da Prefeitura, mas tu sabes que um grande número de pessoas não acessa o site.⁶²

O fôlder⁶³ citado, de acordo com a 25ª Região Tradicionalista, é impresso em papel especial na quantidade de sete mil unidades, em papel colorido. Esse material possui caráter institucional, tendo na sua capa o logotipo do evento, imagem relacionada ao tema deste ano, programação artística, campeira, regulamento das atividades campeiras, premiações e contatos, além dos logotipos das entidades realizadoras, patrocinadoras e apoiadoras. A autora visualizou diversas vezes comercial em televisão do evento, no canal 8 (canal aberto). As inserções eram exibidas em diferentes horários do dia, durante a semana e no final de semana. As rádios locais também faziam a divulgação através de comerciais gravados, alguns divulgando o evento em geral, local e data, e outros destacavam atrativos do evento, como os principais shows ofertados na programação.

Textos sobre os Festejos Farroupilhas também foram encontrados no *site* da Prefeitura Municipal, 25ª Região Tradicionalista e *Caxias do Sul Convention & Visitors Bureau*. O jornal *Pioneiro*⁶⁴ publicou diversas matérias sobre a data e o evento, os demais jornais da cidade também. As rádios também abordaram o tema. Foi possível encontrar informações inclusive em redes sociais como o *twitter* e *facebook*, além de outras fontes na internet.

Os Festejos Farroupilhas, por se tratar de um evento que acontece anualmente e comemora uma data singular no estado, recebe atenção especial dos veículos de comunicação. As rádios, jornais e *sites*, divulgam as atrações e as novidades de cada ano. As escolas realizam atividades para marcar a data e

⁶² Em entrevista à autora no dia 3.8.12 na Secretaria de Cultura.

⁶³ Folheto impresso com dobras.

⁶⁴ Único jornal diário de Caxias do Sul com tiragem média/dia de 28.000 exemplares.

estimulam as crianças a participarem através das visitas agendadas. O que colabora para maior divulgação do evento.

Não foi possível detalhar com mais informações este item; a pesquisadora não teve acesso ao projeto geral do evento e do planejamento da divulgação. A pesquisadora, tendo graduação em Comunicação Social, registra a importância da elaboração de um plano de Comunicação institucional do evento. O mesmo utiliza o logotipo que é sugerido pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho, e uma “imagem” relacionada ao temário anual. Essa imagem não foi exibida no local do evento, não tendo realizado um vínculo visual entre a divulgação e o evento em si. Também não foi usada como elemento da decoração, conforme explanado em itens anteriores relacionados ao tema do evento. É importante que o público perceba as melhorias e novidades do evento.

De maneira geral, ao avaliar a divulgação, a mesma pode ser considerada de sucesso, visto o número de participantes do evento. Porém, ela somente atinge os moradores locais e da região, não explorando o turismo. Ao implantar as sugestões, os resultados seriam ainda mais significativos.

h) Planejamento financeiro

O estudo financeiro integra a fase de planejamento de um evento, conforme defendem Allen et al. (2003). Watt (2004) indica diversos benefícios na realização de orçamentos que compõem o projeto financeiro. Essa fase é considerada primordial na realização de eventos, visto que, de diferentes formas, colabora para o sucesso do mesmo, seja pela credibilidade com fornecedores, patrocinadores e apoiadores, seja pelo monitoramento durante o processo de realização do evento.

Os Festejos Farroupilhas recebem apoio financeiro do setor público e privado, utilizando recursos da lei de incentivo à cultura. A Lei Municipal de Incentivo à Cultura, 4.592/96, concede incentivo fiscal para a realização de projetos culturais à pessoa física ou jurídica domiciliada no Município de Caxias do Sul. A Secretaria de Cultura apresenta em seu *site* os projetos culturais dos anos de 1998 a 2011.

Verifica-se que o evento recebeu apoio da LIC até o ano de 2002. Santos reconhece o apoio da LIC Municipal somente até a data citada e explica:

Depois de 2002 nós passamos a fazer convênios; a entidade passou a ter documentação legal, CNPJ. No convênio se faz uma demanda de necessidades da Semana Farroupilha e nós discutimos com os idealizadores, são eles: a Prefeitura, a 4ª CREE e a 25ª RT. É o que diz na lei estadual. Mesmo com o convênio, fizemos três orçamentos, mas já descrevemos as reais necessidades, de acordo com o que precisamos. Ou procede assim pelo convênio ou tem que fazer licitação. A licitação, às vezes, se torna inviável. Exemplo, se faz uma licitação de palco ou estrutura física, é feita a licitação pregão. Quem tiver o menor preço presta o serviço. Como é que se vai saber se a empresa tem competência para fazer bem-feito, para atender. Por isso que ela não é viável.⁶⁵

Jó Arse, da 25ª RT confirma as informações e destaca o valor destinado pelo Poder Público ao evento. “São em torno de 260 mil reais voltados para o pagamento de artistas locais e infraestrutura geral do evento.” Arse menciona o valor total do evento e a busca do valor restante.

Os valores giram em torno de uns 600 mil reais, a gente vai buscar o resto do valor em patrocínio direto, venda de espaços, projeto de Lei de Incentivo à Cultura Municipal e Federal. Utilizamos a lei federal, a Lei Rouanet e o patrocínio direto também.⁶⁶

Os valores destinados pelo Poder Público, aos quais se refere Arse, são as verbas disponibilizadas pela Prefeitura de Caxias através de convênio, os mesmos são detalhados por Santos:

A Prefeitura acaba abarcando com a estrutura de som, palco, sonorização, iluminação e a locação do parque, que possui um custo. Os prestadores de serviços também, no caso de limpeza, segurança. Mesmo a Brigada estando junto, ela não tem este poder de fazer controles de acesso, então é contratado empresas para fazer este serviço.⁶⁷

As formas de apoio e patrocínio não foram detalhadas pelos entrevistados, bem como os valores investidos. Para Zanella (2008), o patrocínio e o apoio de eventos não envolvem somente valores financeiros, podem estar relacionados à doação de brindes, empréstimo de equipamentos, utensílios e móveis, prestação de serviços técnicos, fornecimento de produtos para venda em consignação e hospedagem e transporte para os convidados e participantes especiais. Geralmente, são considerados patrocinadores as empresas que abarcam com maior volume de investimento.

⁶⁵ Em entrevista à autora no dia 3.8.12, na Secretaria de Cultura.

⁶⁶ Idem à nota 59.

⁶⁷ Idem à nota 63.

Foram patrocinadoras do evento a Ótica Lauro, Café Bom Jesus, Fundação Marcopolo, Viação Santa Tereza de Caxias dos Sul (Visate), Grupo Voges, Acrilys Tecnologia em Plástico, Empresas Randon e Ministério da Cultura. Já os apoiadores foram o Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Caxias do Sul (Sindigêneros), Sindicato do Comércio Varejista de Caxias do Sul (Sindilojas), Universidade Corporativa do Varejo (Univarejo), Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul (CDL), Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul (CIC), Câmara de Vereadores, Premiere Age, Conselho Municipal de Turismo (Comtur), Companhia de Desenvolvimento de Caxias do Sul (Codeca), Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) e Festa da Uva.

No Brasil, diversos órgãos governamentais apoiam a realização de eventos através de subsídios. Foram criadas as leis de incentivo e os fundos; os mesmos são regidos por leis e decretos, visto que apresentam benefícios sociais, políticos ou econômicos para a comunidade local. É comum também entidades públicas destinarem verbas para patrocínios de ações, projetos e eventos.

O *site* do Ministério da Cultura não apresenta os projetos submetido a Lei Rouanet, conforme encontrado no *site* da Prefeitura de Caxias do Sul. A 25ª RT ficou de encaminhar os projetos e relatórios dos eventos de anos anteriores, mas não cumpriu com o combinado. Durante os Festejos Farroupilhas de 2012, em entrevista com o produtor cultural responsável pelo encaminhamento do projeto à LIC Federal, Fabrício Harden,⁶⁸ ficou esclarecido que, em 2011, foi solicitado apoio da lei estadual e da lei federal de incentivo à cultura. “Em 2012 foi só a federal. Na Rouanet aprovamos 230 mil, mas só captamos 147, mas a captação é até dezembro.”

Harden comenta sobre os valores envolvidos nas despesas do evento, sobre as fontes usadas para angariar os valores; cita as leis de incentivo, os patrocínios empresariais, a venda de espaços e as inscrições de participação das atividades da campeira. “Tem as inscrições da campeira, a campeira se paga e ainda dá lucro.” Já Moreira, Diretora da Exposul, detalha as informações sobre os espaços que são comercializados: “Nós cuidamos dos espaços, chamamos espaço comercial as lojinhas que se encontram dentro do Pavilhão 2, e as praças de alimentação nós consideramos como comércio.” Explica também que os lotes disponíveis para

⁶⁸ Em entrevista à autora no dia 15.9.12.

acampamento e montagem de ambientes de empresas também são alugados, conforme descrito no item comércio.

Sabe-se que quanto maior o evento, maior deve ser a dedicação no seu planejamento, evitando assim as dificuldades ou imprevistos. Ao indagar Arse sobre as dificuldades em realizar o evento, ele de imediato se refere aos valores:

O evento é grande e a maior dificuldade é conseguir captar verba; essa é a grande dificuldade. Nós temos uma verba do Poder Público, mas falta o restante. Tem que fazer um projeto e ir em cada empresa, esse é o mais difícil. Isso que só pelo evento já é uma facilidade, é um evento conhecido. Hoje (dia 9.8.12) vai ter o lançamento do evento e tem empresas que não deram retorno sobre patrocínio e apoio, deixamos fora do material. Tem algumas já certas e outras não.⁶⁹

Ao somar os valores investidos no evento, percebe-se que cerca de 80% do valor total é obtido mediante a Lei de Incentivo Federal e do convênio com a Prefeitura Municipal. O restante é proveniente de patrocínio empresarial, aluguel de espaços para comércio, para o acampamento e inscrições para participar de provas campeiras.

Ao questionar os membros da organização sobre o saldo final do evento, percebe-se que o estudo financeiro precisa de maior planejamento. Em algumas edições do evento, o caixa apresentou resultado positivo, tendo arrecadado valores iguais ou maiores que as despesas; porém, em outros anos, o saldo final foi negativo, conforme declara Arse:

Se o caixa empatar está ótimo. Muitas vezes ao terminar o evento tem que fazer uma reforma, uma melhoria na cancha, sempre tem que fazer um investimento, que tu não conta com isso. Já tivemos Semana Farroupilha que fechou no negativo, já tivemos Semana Farroupilha que fechou positivo. O objetivo do evento não é ter lucro, mas também não é ter prejuízo.⁷⁰

Sendo os Festejos Farroupilhas um evento aberto, de caráter social e cultural, que propõe ações voltadas ao incentivo e à participação da população do local para somar conhecimento sobre tradição e aumentar o orgulho cívico, ao utilizar verbas públicas, precisar apresentar um resultado financeiro equilibrado. O ideal, ainda, seria apresentar de forma pública a prestação de contas do evento, conforme acontece com outros que utilizam as leis de incentivo para sua realização.

⁶⁹ Em entrevista à autora no dia 9.8.12.

⁷⁰ Idem à nota 69.

Para uma análise mais detalhada do planejamento financeiro, sentiu-se a necessidade de verificar a documentação, os orçamentos realizados, as planilhas de caixa e os relatórios de atividades. Os custos fixos e variáveis, primordiais, que devem ser levantados em planejamento, não são citados em nenhuma das entrevistas. Isso nos leva a acreditar que este planejamento é elaborado de forma superficial. O mesmo pode ser dito sobre o saldo financeiro do evento, que, em algumas edições não é positivo.

Por se tratar de um evento organizado por entidades públicas ou sem fins lucrativos, que comemora a data cívica máxima do estado, é fundamental dar visibilidade ao orçamento. As entrevistas com os organizadores do evento demonstram que cada entidade registra da sua maneira, ou não registra, não fornece relatórios para posterior análise; isso aponta informações para que melhorias sejam implantadas.

i) Planejamento geral

Para Yeoman et al. (2006) um evento possui quatro fases de desenvolvimento, são elas: decisão, planejamento, implementação e avaliação. A decisão se refere à etapa em que se determina se o evento será realizado. Os Festejos Farroupilhas é um evento instituído por lei, deve acontecer anualmente em todos os municípios do Rio Grande do Sul.

O Decreto 33.224/1989 aborda as responsabilidades de diferentes entidades na organização do evento e fixa, no art. 3º, que deverá ser instituída uma comissão para organizar e orientar o evento, fazendo parte, no interior do estado, a Prefeitura Municipal, Brigada Militar, Secretaria de Educação Estadual e o Movimento Tradicionalista Gaúcho, sendo que, no caso de Caxias do Sul, a Secretaria de Educação Estadual é representada pela 4ª Coordenadoria de Educação e o Movimento Tradicionalista Gaúcho, pela 25ª Região Tradicionalista.

As instituições citadas acima formam a equipe de trabalho, que será responsável por cumprir as demais fases do desenvolvimento do evento, ou seja, planejamento, implementação e avaliação. O planejamento, em geral, dos Festejos

Farroupilhas é fragmentado, não existe um documento único com a descrição das atividades, divisão de tarefas e contratação de serviço. Conforme observado nas entrevistas, a equipe de organização executa atividades e não elabora relatórios.

O Decreto 33.224, de 1989, explicita, no seu art. 4º:

Art. 4º A comissão terá o prazo de 10 (dez) dias, após o encerramento de cada festividade da Semana Farroupilha, para fazer uma reunião de avaliação com o fito de elaborar um relatório a ser encaminhado ao Governador do estado, até o dia 30 de outubro, encerrando sua atuação.

O artigo elencado no decreto não é cumprido. Os membros da organização do evento não forneceram à pesquisadora documentos impressos sobre o evento; as informações são comentadas superficialmente nas entrevistas, mesmo tendo recebido ofício encaminhado pela coordenação do mestrado da Universidade de Caxias do Sul. A Secretaria da Cultura, a 25ª Região Tradicionalista e o produtor cultural, encarregado de captar recursos pela Lei Rounet, ficaram de enviar documentação, conforme solicitado. Mesmo com insistência através de *e-mail* e ligações, isso não aconteceu.

Os autores da área de eventos salientam que, somente através da avaliação, é possível afirmar se o evento foi exitoso na sua realização e no cumprimento dos objetivos e das metas traçados na fase de planejamento. Indicam elaborar um relatório do evento, documento que deve registrar as fases, a avaliação e as sugestões de melhorias para as próximas edições, conforme preocupação do governo do estado, ao apontar o art. 4º.

O evento em questão é realizado por órgãos públicos e entidade sem fins lucrativos, e cerca de 80% da sua verba é custeada pelo Poder Público, seja ele municipal ou federal (soma do valor destinado pela prefeitura mais a verba solicitada através da Lei Rounet), o que já o caracteriza como evento público; como tal deveria ter sua prestação de contas disponível para consulta. Mesmo que fosse usada a Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011, criada com o fim de garantir acesso à informação de órgãos públicos, autarquias, fundações, entidades privadas sem fins lucrativos entre outras, para pedido de informações sobre o evento, acredita-se que não haveria tempo hábil para suas análises. O pedido deveria ser encaminhado às diferentes entidades citadas, para posteriormente serem reunidas e analisadas.

Conforme observação e anotações no caderno de campo, os entrevistados não se sentem à vontade quando questionados sobre os valores financeiros; explicam superficialmente ou mudam de assunto. Além disso, existe ainda um “mal estar” entre algumas instituições envolvidas na organização. A 4ª CREE não possui espaço para divulgar sua entidade; conforme entrevista com Fernandes,⁷¹ não possui suporte financeiro para realizar atividades. A Brigada Militar restringe sua participação ao policiamento no parque e no desfile, visto que seu batalhão possui apenas 473 membros, informação ressaltada pelo Capitão Giovani Gomes. A 25ª RT é a entidade que lidera a organização do evento, porém não se colocou disposta a fornecer as informações à pesquisadora. Seu coordenador participou de entrevista medindo palavras e com poucos minutos disponíveis.

Nos últimos anos, diferentes estudos estão sendo realizados sobre os impactos provocados pelo turismo, sejam eles positivos ou negativos. Uma das áreas que merece destaque é o meio ambiente. Dentro dessa perspectiva, é importante reconhecer que a realização do evento provoca impactos no Centro de Eventos da Festa da Uva. Conforme recorda a autora, a comunidade e os veículos de comunicação comentam sobre as agressões à vegetação e ao solo. Motivo que anteriormente fez o evento trocar de local de realização.

Com a intenção de evitar os impactos ambientais negativos, a comissão do evento foi instruída a realizar ações preventivas. Em 2012, foram dispostas placas informativas sobre o cuidado com a vegetação, a realização de fogo e economia de água, consoante abaixo. Ao negociar os lotes, os responsáveis receberam o regulamento do evento e também um cartaz contendo informações sobre a separação adequada do lixo orgânico e seletivo, conforme Anexo C. A circulação de cavalos ficou restrita às proximidades da cancha de laço, evitando assim o pisoteio do terreno nas outras regiões do parque, sujeira pelas fezes dos animais e incômodo aos visitantes.

⁷¹ Coordenadora da 4ª CREE, em entrevista à autora no dia 10.8.12.

Figura 37 –
Placa informativa



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 38 –
Placa informativa



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Figura 39 –
Placa informativa



Fonte: Acervo da autora, 2012.

Arse confirma os impactos causados ao parque e explica:

Sempre temos diversos projetos, este ano estamos com o projeto de meio ambiente, que é para recuperar o parque depois do evento, um projeto onde vamos plantar mudas. A comunidade cobra muito.⁷²

Outro item que precisa ser revisto e planejado é a praça de alimentação; ao questionar Arse sobre a situação, ele comenta sobre um projeto para a área:

Temos um projeto; queremos fazer todas as frentes dos comércios em madeira de costaneira. Queremos caracterizar o espaço, uma estrutura toda montada de madeira, que caracterize um galpão. Esse é a nossa ideia, mas claro que precisa de verba, de investir. Tínhamos pensado para este ano, mas como é um ano eleitoral, vamos deixar de lado. O ano que vem retomamos.⁷³

Arse solicitou afastamento para concorrer ao cargo de vereador, acredita-se que não teria tempo ou disponibilidades para buscar fornecedores e verba no momento. Sobre a avaliação do evento, explica que realiza somente com os padrões dos CTGs filiados à 25ª Região Tradicionalista. “Quando a gente já termina uma Semana Farroupilha já começa com a outra, já começa a discutir o que foi de errado. Nós reunimos os padrões para debater e comentar o que foi errado.”

A 4ª Coordenadoria também afirma que realiza avaliação após o término do evento e tentam melhorar nas próximas edições. Um dos problemas elencados se

⁷² Em entrevista à autora no dia 9.9.12.

⁷³ Idem à nota 72.

refere ao número restrito de estudantes, que podem atender durante o evento, tendo que restringir o número de participantes, excluindo as escolas infantis e particulares do projeto.

Perante o exposto, fica nítida a falta de planejamento do evento. Os membros da comissão de organização realizam as tarefas tendo um planejamento superficial e inadequado e não realizam a avaliação de forma integrada, o que não permite que o relatório seja confeccionado. A equipe de organização dos Festejos Farroupilhas não cumpre de forma adequada todas as fases de desenvolvimento de um evento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização de eventos é assunto relacionado às práticas do turismo e também discutida pelo meio acadêmico. Os eventos são acontecimentos que podem gerar fluxo turístico para uma cidade ou região; por isso, são explorados pela iniciativa privada e pelo Poder Público, mas também significam uma atividade econômica importante e, portanto, a ser gerida de forma profissional.

Os Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul é um evento local, que atrai a comunidade da cidade e região. Conforme registros, a cada edição o número de participantes aumenta. As entrevistas realizadas confirmam que, nos últimos anos, existe uma programação voltada para as crianças e adolescentes das escolas da rede pública, e que, antes, o evento, através das atividades campeiras e artísticas estava voltado para o público adulto. É salientada a presença de visitantes de outros estados, mesmo não sendo em números expressivos. Esse evento, devido ao perfil dos participantes, pode contribuir com o turismo cidadão, ou seja, a população local pode usufruir de uma comemoração estadual, ser conduzida para cidadania, através do olhar do turista, mas registre-se, precisa rever itens importantes do seu planejamento e de sua gestão.

O evento Festejos Farroupilhas comemora a data cívica máxima do estado, e é oficializado por lei, possuindo características específicas. O estudo dessas particularidades pode contribuir para um melhor aproveitamento desse evento. Nesse sentido, evidenciou-se através da literatura, que a organização dos Festejos Farroupilhas precisa considerar os elementos de gestão.

Por meio das entrevistas, da pesquisa documental e da observação, foi possível desenvolver os objetivos específicos dessa pesquisa. Um pequeno histórico do evento foi elaborado, a gestão foi analisada e verificou-se a presença do evento na divulgação turístico-cultural do município. Ao construir o histórico do evento, percebeu-se o empenho de pessoas da comunidade na idealização das primeiras edições do evento, as dificuldades encontradas e a maneira improvisada como se organizavam, contando com o apoio e a amizade de pessoas envolvidas. Com o crescimento do evento, sentiu-se a necessidade de profissionalização, planejamento e colaboração do Poder Público e Privado, devido aos valores envolvidos nas festividades.

Ao analisar a gestão dos Festejos Farroupilhas, percebem-se algumas falhas por parte da equipe de trabalho; a comissão organizadora não considera essencial todas as fases de desenvolvimento de um evento, conforme propõem Allen et al. (2003) e demais autores citados. A falta de planejamento em algumas áreas precisa ser revista, isso é evidenciado na área financeira, na imagem do evento, no comércio, na alimentação, transporte, entre outros. Cabe salientar que o evento não possui objetivos definidos, ou seja, a comissão organizadora não possui a compreensão do motivo de realização do evento. Os objetivos são necessários para criar as estratégias necessárias.

Quando verificada a divulgação desse evento por parte do Poder Público, seja pelas Secretarias de Turismo ou a de Cultura, fica nítido que não existe o interesse em atrair turistas. O evento é local, e a divulgação é realizada via fôlder, para entidades ligadas ao MTG, pois apresentam regras de participação da ala campeira e, pela mídia de massa, que possui abrangência regional. Não é realizado nenhum trabalho específico com agências ou mesmo com o *Convention Visitors Bureau*, para explorar a data e o evento. Não há uma preocupação do Poder Público, visto que essa atividade deve ser fomentada pela Secretaria da Cultura e Secretaria de Turismo, em explorar o evento enquanto turístico.

Quanto ao Poder público, constatou-se que diversas secretarias e autarquias se envolvem na organização e execução do evento; porém, a Secretaria da Cultura é a mais engajada. Além de elaborar o espaço que recebe as crianças e os adolescentes, ela repassa, via convênio, cerca de 45% dos valores investidos nas comemorações. Através da Lei de Incentivo à Cultura federal, Lei Rouanet, também são angariados recursos, que somam 35%. Fica evidente que cerca de 80% dos valores envolvendo a realização dos Festejos Farroupilhas são oriundos do Poder Público.

A 25ª Região Tradicionalista, entidade que representa o Movimento Tradicionalista Gaúcho na região, é responsável pela organização do evento, dividindo atividades com o Poder Público. É notável o empenho da entidade na realização desse evento e também de outros ligados ao tradicionalismo. Por ser uma entidade sem fins lucrativos e contar com verbas públicas, as informações deveriam estar à disposição da comunidade, ou quando solicitadas. Percebe-se, aqui, o uso

de um evento para promoção de uma instituição, que elegeu em ano anterior prefeito e vereadores.

A iniciativa privada também se envolve no evento, seja através de destinação de verbas, seja através das leis de incentivo, de patrocínio direto ou também por participarem do acampamento e promoverem aos seus funcionários um momento de lazer e envolvimento com a cultura regional campeira, dita como cultura do gaúcho.

Em relação à questão norteadora desta pesquisa: Qual a contribuição do evento Festejos Farroupilhas, enquanto manifestação cultural, para o desenvolvimento turístico de Caxias do Sul? Em síntese, pode-se afirmar que o evento contribui para a promoção da cultura regional campeira do Rio Grande do Sul, através dos espetáculos, do convívio e da confraternização entre pessoas e programa destinado às crianças e adolescentes. Acredita-se que esse evento deve ser explorado com um novo olhar, envolvendo o turismo cultural e o turismo cidadão, conforme sugestões no corpo do trabalho.

Cabe salientar, nas considerações finais, algumas limitações deste estudo. Uma das dificuldades foi reunir documentos sobre a gestão desse evento; os documentos encontrados davam conta da história, mas não de suas particularidades, sendo os relatórios do evento essenciais nesse caso. Quanto à coleta de dados por meio de entrevistas, os entrevistados colaboraram, porém respondiam aos questionamentos de forma ampla, não fornecendo informações precisas. O plano inicial de entrevistas foi alterado, alguns dos entrevistados estavam afastados do cargo para concorrer a vagas públicas, o que nos demonstra o envolvimento da área para outros fins.

Por fim, julga-se necessário dar continuidade desse estudo para que os Festejos Farroupilhas continuem sendo um evento grandioso, que o seu planejamento seja elaborado a partir de objetivos específicos e que estes colaborem para fomentar o turismo em Caxias do Sul.

REFERÊNCIAS

- ALBERTI, Verena. **Manual da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- ALLEN, Johnny et al. **Organização e gestão de eventos**. Tradução de Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- ANDRADE, Jose Vicente. **Gestão em lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. 3. ed. Coleção Hotelaria. Caxias do Sul: Educs, 2007.
- BARBOSA, Fidélis Dalcin. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Edições EST, 1995.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas: Papirus, 2003.
- BARRETTO, Margarita. **Cultura e Turismo: discussões contemporâneas**. Campinas: Papirus, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2000.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2002.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2007.
- BRANT, Leonardo. **Mercado cultural**. São Paulo: Escrituras, 2002.
- BOULLÓN, Roberto. **Planificación del espacio turístico**. México: Trilhas, 1985.
- CANTON, Marisa. **Evento: da proposta ao planejamento. Turismo – Visão e Ação**. Universidade do Vale do Itajaí, v.1, n.1, p.101 - 113, jan/jun. 1998.
- CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante no século XX**. Caxias do Sul: Educs, 1990.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CÉSAR, Guilhermino. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Globo, 1980.
- DENCKER, Ada. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

FRASSON, Arlindo; FRASSON, Emilia Marlene. **O gaúcho dos Campos de Cima da Serra**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GASTAL, Susana. Turista Cidadão: uma contribuição ao estudo da cidadania no Brasil. CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 29; 2006. Brasília. **Anais...**, Brasília, 2006.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutscheka Martini. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GASTAL, Susana. Turismo e cultura: aproximações e conflitos. In: BENI, Mário Carlos. **Planejamento estratégico e capacidade de gestão**. São Paulo: Manole, 2012.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOVERNO DO ESTADO DO RS. Disponível em: <<http://www.estado.rs.gov.br>>. Acesso em: 5.out.2011.

HOBBSAWM, Eric e RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

IGNARA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. Cidade: BOCC, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 5.jan.2012.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

Lei nº 11.771 de setembro de 2008. **Política Nacional do Turismo**. Acesso em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 31.out.2011.

MACIEL, Maria Eunice. Churrasco, comida e emblema dos gaúchos. In: Possamai, Ana Maria; Peccini, Rosana (Org.). **Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores**. Caxias do Sul: Educs, 2011.

MAPA Regiões Turísticas. Secretaria do Turismo do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.setur.rs.gov.br>>. Acesso em: 5.out.2011.

MAPA Regiões Tradicionalistas. Movimento Tradicionalista Gaúcho. Disponível em: <<http://www.mtg.org.br>>. Acesso em: 5. out. 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**.7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Matias, Marlene. **Organização de eventos**: procedimento e técnicas. São Paulo: Manole, 2002.

Matias, Marlene. **Organização de eventos**: procedimento e técnicas. São Paulo: Manole, 2004.

MAZZOTTI, Alda Judith Alves; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Thompson, 1999.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 31.out. 2011.

Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 28.jun.2011.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MOVIMENTO TRADICIONALISTA GAÚCHO. Disponível em: <<http://www.mtg.org.br>>. Acesso em: 05.out.2011.

OLIVEN, Ruben Jorge. **A parte e o todo**: a diversidade cultural no Brasil-nação. 2. ed.Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

DE LA TORRE, Óscar. **El turismo**: fenómeno social. 2.ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

PÁGINA DO GAÚCHO. Roberto Cohen. 20 de Setembro, afirmação do sentimento de resistência, de liberdade e patriotismo. Disponível em: <<http://www.paginadogaucho.com.br>>. Acesso em: 7.jan.2012.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & história cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL. Disponível em: <<http://www.caxias.rs.gov.br>>. Acesso em: 20.ago.2012.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PUGEN, Bianca. **Gestão de eventos turísticos: um estudo organizacional sobre a Festa Nacional do Peixe**. [dissertação] Caxias do Sul - RS: Universidade de Caxias do Sul, 2008.

TEIXEIRA COELHO, José. **Dicionário crítico de política cultura**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: história oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

SCHLÜTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

SECRETARIA DE CULTURA DE CAXIAS DO SUL. Disponível em: <<http://www.caxias.rs.gov.br>>. Acesso em: 05.nov.2011.

SECRETARIA ESTADUAL DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL. Disponível em: www.turismo.rs.gov.br. Acesso em 30.out.2011.

SEMANA FARROUPILHA. Disponível em: <<http://www.semanafarroupilha.com.br>>. Acesso em: 15.out.2011.

BRASIL. **Turismo Cultural: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

VIGÉSIMA QUINTA REGIÃO TRADICIONALISTA. Disponível em: <<http://www.25rt.gov.br>>. Acesso em: 05.out.2011.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo**. Trad. De Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2004.

YEOMAN, Ian et al. **Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura**. São Paulo: Roca, 2006.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2008.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL SOBRE A DIVERSIDADE CULTURAL DE 2001. Disponível em: <<http://www.unesco.pt>>. Acesso em: 21.nov.2011.

APÊNDICE A – Artigo



Turismo e Tradicionalismo Gaúcho: Os Festejos Farroupilhas

Anaize Spada*

Susana Gastal**

Resumo: Este artigo apresenta os resultados de pesquisa aplicada no evento Festejos Farroupilhas, promovido pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho, que buscou avaliar sua possível contribuição ao turismo cultural, na cidade de Caxias do Sul–RS. Com caráter exploratório, o estudo incluiu entrevistas com questionários fechados, aplicadas aos frequentadores do evento em 2011, para verificar perfil, motivação de participação, bem como a utilização dos serviços e atrativos de turismo. Tais dados foram complementados, para o presente artigo, por revisão bibliográfica e pesquisa documental. Constatou-se que a maioria dos participantes do evento reside na própria cidade, o que não os configuraria como turistas. É interessante verificar que 60% dos entrevistados afirmaram que os eventos tradicionalistas são parte dos seus programas de lazer, e cerca de 30% deles participaram de edições anteriores do evento.

Palavras-Chave: Turismo cultural. Eventos. Tradicionalismo gaúcho. Festejos Farroupilhas 2011. Caxias do Sul–RS.

* Mestranda do Programa de Mestrado em Turismo (PPGTur), da Universidade de Caxias do Sul.

** Orientadora. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

1 Considerações iniciais

O turismo, de maneira ampla, proporciona o encontro de pessoas, o acesso à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade, induzindo ao enriquecimento cultural. Nesses termos, expressões culturais regionais ou locais, como Movimento Tradicionalista Gaúcho, podem constituir-se em apelo ao turismo, em especial quando envolvem figuras mitologizadas, como o gaúcho pampeano, um imaginário concebido e alimentado a partir do Estado do Rio Grande do Sul, através dos Centros de Tradições Gaúchas – CTGs, e de uma política de eventos a eles associados, que costumam contar com um número expressivo de participantes.

O Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) foi criado em 1967 e divide o Estado do Rio Grande do Sul em regiões tradicionalistas; a cidade de Caxias do Sul pertence à 25ª Região Tradicionalista, foco de estudo. O calendário de eventos do MTG abriga atividades diversificadas, que incluem desde grandes festejos de abrangência estadual, como aqueles associados à Semana Farroupilha ou aos rodeios ditos internacionais e fartamente apoiados por autoridades públicas e mídia, até singelos eventos locais, como concursos de poesias ou torneios organizados em torno de lidas campeiras, como o tiro de laço. Justifica-se, portanto, buscar uma maior compreensão desse tipo de evento, nas suas relações com a cultura local e o turismo. O evento Festejos Farroupilhas, realizado em Caxias do Sul em 2011, contou com a participação de cerca de 250 mil pessoas, o que leva a considerá-lo um evento de grande porte (PUGEN, 2008); recebeu apoio e patrocínios, tanto do Poder Público como de empresas privadas, através das leis de incentivo à cultura.

O presente estudo relata resultados de pesquisa realizada com o público durante os Festejos Farroupilhas 2011 e busca aprofundar a reflexão sobre a relação entre eventos tradicionalistas e o turismo cultural.

2 Sobre o turismo e cultura

Diversas áreas do conhecimento contribuem para o melhor entendimento do fenômeno turístico e, do seu enfoque histórico, que levam a discussões sobre suas origens e precursores, ao enfoque epistemológico e as suas diferentes abordagens teóricas. Sob o viés econômico, ele está inserido no setor terciário da economia, envolvendo instituições, órgãos

do governo e empresas na sua atuação. A Organização Mundial de Turismo (OMT) adota o conceito de turismo desenvolvido por Oscar de La Torre Padilha, para quem

o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (1997, p.16)

Segundo o Ministério do Turismo, através da Lei 11.771/08 – Lei Geral do Turismo, de 17 de setembro de 2008, no seu art. 2º, o turismo envolve atividades realizadas “[...] por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. E, no seu parágrafo único, complementa o conceito, explicando que as viagens e estadas referidas “[...] devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade”.

Gastal e Moesch (2007) preferem uma abordagem diferenciada, destacando o turismo cidadão. Segundo as autoras, para viver outros e novos cenários, não seria mais necessário sair dos limites da cidade, visto que esta se tornou um território marcado pela multiplicidade, cujos espaços podem levar ao mesmo estranhamento vivenciado em terras estrangeiras pelo visitante. Os moradores das cidades podem realizar o turismo-cidadão apropriando-se dos espaços e das situações diferentes da prática rotineira, mesmo sem sair dos limites urbanos por ela delimitados.

Percebe-se, portanto, que a atividade turística está direta ou indiretamente ligada a diferentes áreas, como a economia e a gestão, mas que envolve, também, o lazer, a cultura, o entretenimento, o meio ambiente, a política, além da possibilidade de avanço da cidadania, todos sob a ótica de uma aproximação e do contato entre pessoas, modos de viver e expressões culturais. Nestas se dão as trocas de experiências entre visitante e visitado; e o turismo concretiza sua utopia mais difundida, embora a de mais difícil concretização nas suas práticas, no sentido de promover a compreensão mútua entre indivíduos e entre grupos sociais. O que reforça o fato de que, muitas vezes, entre os objetivos da criação e finalidade de eventos, esteja o de promover o turismo, em especial o turismo cultural.

O turismo se constitui na reunião de grupos de prestadores de serviços nas áreas de transportes, alojamento, alimentação, atividades culturais, dentre outros. (BENI, 2007;

IGNARA, 2003). Acredita-se que os recursos turísticos dos atrativos formam a matéria-prima do “produto turístico”, sendo eles naturais ou culturais. De maneira muito ampla, a OMT aborda o conceito de turismo cultural, como sendo caracterizado pela procura por conhecimento, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações. Para o Ministério do Turismo (2011), o turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Para Beni (2000), os atrativos turísticos podem ser divididos em três grandes grupos. O primeiro corresponde aos atrativos naturais, o segundo aos atrativos histórico-culturais e, o terceiro, refere-se às manifestações e aos usos tradicionais e populares. Esse terceiro grupo relaciona-se às práticas culturais, que são tidas como específicas do próprio local ou da região que as integra, considerando festas e comemorações, atratividades religiosas, populares e folclóricas, cívicas, gastronômicas, entre outras. No Brasil, há diferentes formas de atrativos, associando cultura imaterial e turismo, alimentados pela presença das migrações vindas ao País, no seu processo de povoamento entre os séculos XVI e XIX, e trazendo consigo seus hábitos de vida e outras expressões culturais próprias, como artesanato, gastronomia, música e dança.

De maneira mais específica, o turismo cultural proporcionaria maior aproximação entre as pessoas, levando a laços de enriquecimento cultural, através de maior familiaridade com a história, a cultura e o modo de viver de uma comunidade. A cultura pode, em princípio, motivar o turista a buscar tal familiarização, tendo, nos eventos com esse enfoque, um importante mediador. O Caderno de Segmentação do Turismo, do Ministério do Turismo (2011), fornece um quadro com exemplos de atividades que podem ser realizadas no âmbito do Turismo Cultural. Salientam-se participações em festas, festivais e celebrações locais, assim como manifestações populares relacionados às apresentações de expressões culturais, com fins de informação cultural ou recreação, para acontecimentos ou formas de expressão relacionadas à música, à dança, ao folclore, aos saberes e fazeres locais; práticas religiosas ou manifestações de fé. O Ministério do Turismo (2011) destaca que os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros.

A diversidade cultural brasileira é reconhecida, permitindo que diferentes regiões realizem eventos com atrações peculiares. São elaborados calendários com as atividades promovidas nas zonas urbana e rural, com o intuito de divulgar regiões e culturas ali praticadas. Muitos utilizam, como temática para tais festas, os costumes coloniais; outros destacam os produtos produzidos na região, outros ainda valorizam a dança e as atividades populares (GASTAL; SCHWABB, 2011). O Ministério do Turismo (2011) aponta, como decorrência do turismo cultural, os benefícios por ele proporcionados, destacando a valorização da identidade cultural, o resgate das expressões culturais e o intercâmbio cultural. Destaca-o, ainda, como gerador de emprego e renda, dinamizando o setor de negócios e a economia.

Outro fator a considerar são as políticas públicas relacionadas às diretrizes e aos princípios norteadores da ação do Poder Público, na esfera municipal, estadual e federal, e mobilização da iniciativa privada. As leis de incentivo à cultura são uma forma de promover a diversidade cultural no País, visto que as mesmas devem estar amparadas em planejamento e execução que garantam retorno de interesse público.

A Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet) estabelece formas para estimular o apoio da iniciativa pública e privada ao setor cultural, via renúncia fiscal ou apoio público direto. A Lei Rouanet (2011) apoia propostas culturais que abrangem expressões como o teatro, a dança, o circo, a ópera, a mímica e seus congêneres; a literatura; a música; as artes plásticas e gráficas, as gravuras; a cultura popular e o artesanato; o patrimônio cultural material e imaterial, entre outros.

O Estado do Rio Grande do Sul implantou, em julho de 2010, a Lei 13.490, que institui o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais – Pró-cultura. O Município de Caxias do Sul possui a Lei 4.592, de 18 de dezembro de 1996, que dispõe sobre incentivo fiscal para a realização de projetos culturais. O art. 4º dessa lei municipal destaca como áreas de abrangência: a) música e dança; b) artes cênicas (teatro, circo, etc.); c) cinema e vídeo; d) literatura; e) artes visuais; f) folclore, artesanato e outras manifestações da cultura popular; g) preservação de bens culturais; h) acervos do patrimônio cultural de museus, arquivos históricos, centros culturais e bibliotecas; i) patrimônio paisagístico; j) pesquisa científica nas diferentes áreas do conhecimento.

A possibilidade de incorporação às ações de *marketing* das empresas aos investimentos em cultura, via leis de incentivo, tem atraído diferentes segmentos empresariais, independentemente do seu porte, embora sejam as grandes empresas as que

mais investem na área, em virtude do volume de valores movimentado. Brant (2002) considera que o patrocínio da cultura no Brasil é atrativo às empresas por sua capacidade de gerar eventos que possam atrair o público de interesse, gerar produtos para distribuição, como brindes, e proporcionar visibilidade de marca.

Perante o exposto, ou seja, o envolvimento de verbas públicas e a intenção empresarial de divulgação de marca, através de projetos envolvendo as leis de incentivo, torna-se oportuno buscar maior entendimento sobre os eventos tradicionalistas realizados em Caxias do Sul, que recebem apoio do Poder Público.

3 O tradicionalismo

O Rio Grande do Sul tem sua história associada às disputas de território entre Portugal e Espanha, para fixação de fronteiras no que hoje se constitui em Brasil, Argentina e Uruguai (CÉSAR, 1980), em especial nos séculos XVII e XVIII. Ao longo do século XVI, a região não foi apropriada pelos europeus, na época, mais voltados à produção de açúcar e à exploração de riquezas minerais, em regiões mais próximas ao litoral. Antes da presença europeia, a Região Sul foi ocupada por aborígenes da família dos tupi-guaranis, que conviveram com os primeiros assentamentos promovidos por missionários jesuítas. Pacificados os indígenas ali residentes, ao longo de mais de um século, as missões jesuíticas passaram a se apresentar como fonte de mão de obra para trabalho escravo. Os embates com bandeirantes escravocratas levaram ao abandono das missões pelos índios e religiosos, mas deixando abandonado o gado que criavam, em decorrência, se procria de modo espontâneo e selvagem (CÉSAR, 1980).

Passada a fase mais acintosa de conflitos armados e estabelecidos os euro-descendentes no território, a partir do século XIX, a cultura regional foi alimentada por movimentos como o Partenon Literário, fundado em Porto Alegre, em 1868, que passou a exaltar os conflitos territoriais entre espanhóis e portugueses e o tipo humano rústico daí resultante, como tradições gaúchas legítimas. Em 1898, surgiu a primeira agremiação *tradicionalista*, o Grêmio Gaúcho de Porto Alegre, entidade voltada à promoção de atividades ligadas ao enaltecimento da figura do gaúcho campeiro. Oliven (1988) elenca os aspectos comuns entre as duas entidades: ambas eram formadas por pessoas de origens modestas, não detentoras de terras ou de capital financeiro, e demonstravam a preocupação com a questão da tradição, ante os avanços urbanos da Modernidade.

O primeiro Centro de Tradições Gaúchas (CTG) foi criado décadas depois, no ano de 1948, na cidade de Porto Alegre. Denominado como 35 CTG, sua criação partiu da iniciativa de estudantes secundaristas, filhos de pequenos proprietários de terras, que estavam na capital do estado para estudar. Destacam-se as figuras de Barbosa Lessa, depois atuando como escritor, compositor, profissional de marketing e político, e de Paixão Cortês, engenheiro agrônomo e folclorista, como os precursores. Estes organizaram entre 7 e 20 de setembro de 1947, a primeira Ronda Gaúcha, atividade que deu origem à Semana Farroupilha. Para Oliven (1980), os jovens criadores do movimento queriam construir um grupo que revivesse a tradição, e não uma entidade que refletisse sobre ela. Era, portanto, necessário recriar o que imaginavam ser os costumes do campo e do ambiente das instâncias.

Hobsbawn (1984) ressalta ser possível encontrar tradições representadas como antigas, postas como autênticas, mas que em muitos casos não passariam de tradições inventadas. A expressão “tradição inventada” é utilizada num sentido amplo, mas definido. Inclui tanto as tradições realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado do tempo. Ao analisar a visão do autor, percebe-se que o tradicionalismo foi criado por um grupo de jovens que buscavam reviver a vida no campo.

O Movimento Tradicionalista Gaúcho, tendo adotado como sigla MTG, é uma entidade associativa, que hoje congrega mais de 1.400 entidades tradicionalistas, legalmente constituídas, conhecidas por Centro de Tradições Gaúchas ou outras denominações afins. Segundo seu estatuto, o MTG é um movimento cívico, cultural e associativo, que foi registrado no Cartório de Título e Documentos, no dia 27 de novembro de 1967. É regido por dois documentos principais, a Carta de Princípios e o Código de Ética Tradicionalista, que devem ser seguidos por seus associados.

As entidades tradicionalistas filiadas ao MTG estão distribuídas em trinta Regiões Tradicionalistas, que agrupam Municípios do Rio Grande do Sul. A 25ª Região Tradicionalista (RT), que reúne os municípios de Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Nova Pádua, Nova Roma do Sul e São Marcos, destaca que o tradicionalismo possui uma filosofia de atuação presente nas teses, que incluem o “sentido e o valor do

tradicionalismo de Luiz Carlos Barbosa Lessa e na Carta de Princípios⁷⁴ de Glaucus Saraiva da Fonseca⁷⁵. A entidade afirma que

O tradicionalismo é um estado de consciência, que busca preservar as boas coisas do passado, sem conflitar com o progresso, através do cultuar, vivenciar e preservar o patrimônio sócio-cultural do povo gaúcho. É a sociedade que defende, preserva, cultua e divulga a tradição gaúcha, que congrega defensores dos costumes, dos hábitos, da cultura, dos valores do gaúcho. (2011)

A sede da 25ª RT localiza-se em Caxias do Sul. A entidade promove diversos eventos no decorrer de cada ano, reunindo grande número de pessoas e, cada vez mais, procura profissionalizar sua organização. Os maiores eventos tradicionalistas são realizados com o apoio de leis de incentivo à cultura e patrocínios empresariais, além de apoio público governamental. A 25ª RT realiza eventos como os Festejos Farroupilhas, o Rodeio Crioulo Nacional de Caxias do Sul, o Festival Cesar Passarinho e Festival Querência da Poesia, além de colaborar com a realização de rodeios menores e torneios de laço. Também promove palestras e cursos para os associados.

A Semana Farroupilha é o maior evento tradicionalista realizado na cidade, tendo como destaque o acampamento farroupilha e o tradicional desfile no centro da cidade, mas envolvendo ainda festival de poesia, apresentações de dança, provas campeiras, como torneios de laço e gineteadas, todos centralizados no Parque de Eventos da Festa Uva. Ali são montadas tendas para oferecer pratos da culinária regional, dita campeira, por sua origem na região da fronteira, e para comercializar produtos como indumentária “gaúcha”, utensílios de montaria e outros equipamentos para atividade campeira praticada nos CTGs.

Para a Lei de Incentivo à Cultura de Caxias do Sul, que aprovou o projeto de realização do 23º Rodeio Crioulo Nacional de Caxias do Sul, a atividade é enquadrada na área do folclore. Conforme o art. 4º da Lei 4.592, de 18 de dezembro de 1996, os eventos gaúchos são inseridos na área de folclore, artesanato e outras manifestações da cultura popular. Com a Lei Rouanet, foi aprovado o projeto de realização da Semana Farroupilha 2010, em Flores da Cunha, que incentiva a formação artística e cultural, mediante a realização de exposições, festivais de arte, espetáculos de artes cênicas, de música e de folclore.

⁷⁴ Carta de Princípios é um documento aprovado em 1961 e fixa os objetivos do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

⁷⁵ Glaucus Saraiva da Fonseca foi professor no Senac e na PUCRS, músico e pesquisador da cultura gaúcha.

4 Os Festejos Farroupilhas

O evento Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul é promovido anualmente pela 25ª Região Tradicionalista, com apoio público e privado, esse através da utilização de lei de incentivo à cultura para promoção e realização da ação, reunindo cerca de 250 mil pessoas⁷⁶, que participaram das atividades. Com duração de 10 dias consecutivos, apresenta programação variada, com diversos tipos de atrações. Pressupõe-se que o fato de receber apoio via leis de incentivo à cultura, o enquadra como cultural. No presente estudo, é analisada a edição de 2011, quando foi aplicada pesquisa aos frequentadores.

A entrevista, estruturada em questionário, foi aplicada nos dias 15 e 17 de setembro de 2011, tendo por local o Pavilhão 2, por sua proximidade com a praça de alimentação e pelo acesso à cancha de laço, onde aconteciam eventos paralelos. A metodologia da presente pesquisa ainda abrangeu, no primeiro momento, revisão bibliográfica, seguida de pesquisa documental, para só então chegar-se à etapa relacionada à entrevista, mais propriamente, acompanhada de observação direta e registros fotográficos. O referencial teórico construído e os diferentes documentos estudados, como leis, decretos, cartilhas do governo, regimentos e históricos do Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Governo do Estado do RS, Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, Secretaria de Cultura de Caxias do Sul, Movimento Tradicionalista Gaúcho, 25ª Região Tradicionalista e Unesco, contribuíram de forma significativa para análise dos resultados.

O universo de pesquisa envolveu uma amostra aleatória não probabilística, que incluiu 200 sujeitos. Alguns cuidados foram tomados para diminuir a margem de erro, como entrevistar somente uma pessoa por grupo, indivíduos de diferentes idades, evitando-se crianças e adolescentes. A entrevista buscou levantar informações sobre o perfil do visitante, priorizando idade, profissão e escolaridade, assim como seu envolvimento com serviços e atrativos turísticos da cidade. As entrevistas eram finalizadas com uma pergunta sobre a avaliação geral do evento. À tabulação de pesquisa, seguiu-se a organização das respostas em percentuais.

Como resultado, encontrou-se que 90% dos entrevistados residem em Caxias do Sul, mesmo local de realização do evento. Os outros 10% distribuem-se pelos municípios vizinhos, conforme quadro 1:

⁷⁶ Conforme estimativas da organização do evento.

Quadro 1 - Origem dos participantes dos Festejos Farroupilhas de 2011

Cidade	Nº participantes
Antônio Prado	01
Bento Gonçalves	01
Bom Jesus	01
Caxias do Sul	180
Dom Pedrito	01
Farroupilha	04
Flores da Cunha	04
Florianópolis - SC	01
Lagoa Vermelha	01
Porto Alegre	02
Santa Maria	01
Santo Antônio da Patrulha	01
São Sebastião do Caí	01
Vacaria	01

Fonte: Pesquisa Festejos Farroupilhas 2011 - Anaize Spada.

Verifica-se que, se considerada a Lei Geral do Turismo, a maioria do público participante do evento não se enquadraria na categoria turista, pois reside na cidade onde o evento estava acontecendo. Como apontado na amostra, os participantes são adultos, sendo que 43% dos entrevistados possuem idade entre 41 e 60 anos, Ver quadro 2.

Quadro 2 - Faixa etária dos participantes dos Festejos Farroupilhas de 2011

Idade	Nº participantes
18 - 25	18
26 - 40	71
41 - 60	87
Mais de 60 anos	24

Fonte: Pesquisa Festejos Farroupilhas 2011 - Anaize Spada.

A escolaridade que prevalece é o ensino médio. Ver quadro 3.

Tabela 3 - Escolaridade dos participantes dos Festejos Farroupilhas de 2011

Escolaridade	Nº participantes
Ensino fundamental (1º grau)	61
Ensino médio (2º grau)	82
Ensino superior (3º grau)	57

Fonte: Pesquisa Festejos Farroupilhas 2011 - Anaize Spada.

O turismo é formado por grupos de prestadores de serviços da área de transportes, alojamento, serviços de alimentação, atividades culturais, entre outros. O primeiro item levado à análise foi o dos transportes; constatou-se que o principal meio usado para participar do evento foi o carro, com 70% dos entrevistados, 16% usaram o ônibus e os outros vieram de moto, *van* ou de carona. Dos entrevistados, 55% participam do evento com a família e 23% com os amigos.

No quesito hospedagem, observa-se que nenhum dos entrevistados afirmou interesse em usar a estrutura hoteleira da cidade. Ao direcionar a atenção para a gastronomia, devido às diversas reclamações ouvidas durante a realização das entrevistas, foram realizados registros fotográficos para posterior análise. A culinária típica estava presente em apenas um dos estabelecimentos da praça de alimentação; os demais ofereciam pratos como morango com chocolate, tapioca e acarajé, *milk shake*, *crep's*, cocada e doces. As bancas que ofereciam bebidas alcoólicas vendiam ao público o “capeta”, bebida que é mistura de *Vodca*, leite condensado e canela, ingredientes batidos no liquidificador.

Dentro do Pavilhão 2, ao lado da praça de alimentação, um parque de diversões foi montado. Eram brinquedos e barracas que se tornaram o atrativo para o público jovem e crianças. No percurso de entrada do local, havia espaço destinado ao comércio. Além das poucas lojas que exibiam artigos gaúchos, com peças para indumentárias e adornos, as demais estavam voltadas para venda de artigos populares, roupas íntimas e malhas. Sobre os valores disponíveis para gastar no evento, cerca de 45% afirmaram que possuíam R\$ 30,00 para despesas no local.

Ao abordar os indivíduos sobre o envolvimento com o tradicionalismo, a maioria das pessoas respondeu que não participa de reuniões de CTGs ou de entidades afins, apenas apreciam as atividades tradicionalistas. É interessante verificar que 60% dos entrevistados afirmam que os eventos tradicionalistas fazem parte dos seus programas de lazer, e cerca de 30% deles participaram de edições anteriores do evento Festejos Farroupilhas.

Com referência aos principais atrativos dos Festejos Farroupilhas, o ponto mais citado engloba a música, as apresentações e os *shows*. Essas atividades são consideradas atrativos para o turismo cultural, conforme aponta o Ministério do Turismo (2011). Durante o evento, a programação campeira foi extensa; aconteceram diversas provas envolvendo o homem e o cavalo, porém o convívio com os animais e a natureza não chama a atenção dos visitantes ao evento.

Perante os resultados observados nesta pesquisa, torna-se oportuno realizar pesquisa norteada pela seguinte problemática: O evento cultural Festejos Farroupilhas contribui para o turismo cultural da cidade de Caxias do Sul?

5 Considerações finais

Buscou-se, no presente artigo, levantar informações sobre o perfil dos participantes dos Festejos Farroupilhas 2011, bem como o envolvimento com o turismo. Constatou-se que o evento não pode ser considerado turístico, visto que a maioria dos participantes reside em Caxias do Sul ou em cidades vizinhas, ou seja, não existe o deslocamento conforme trata o conceito de turismo adotado pelas autoridades da área. Ao analisar o conceito de turista-cidadão proposto, por Gastal e Moesch (2007), verifica-se que os participantes do evento estão se apropriando de espaços e situações diferentes das de suas práticas rotineiras.

Acredita-se que o evento reúna um público memorável pelas diversas edições realizadas e pelo envolvimento com a data máxima comemorativa do estado. É de fundamental importância que os Festejos Farroupilhas sejam divulgados com a intenção de atrair turistas para a cidade, e na oportunidade, apresentar a cultura regional.

Referências

- BARRETTO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas: Papirus, 2003.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2000.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2007.
- BENI, Mário Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.
- BRANT, Leonardo. **Mercado cultural**. São Paulo: Escrituras, 2002.
- CÉSAR, Guilhermino. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Globo, 1980.
- CGI. Disponível em: <<http://www.cgi.br/publicacoes/revista/edicao03/txt.htm>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

GASTAL, Susana; SCHWAAB, Mariana M. Festa temática: considerações em torno de um novo conceito. SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 8, 2011. Balneário Camboriú **Anais...**, CAMBORIÚ, 2011.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutscheka Martini. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HOBBSAWM, Eric ; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

IGNARA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

INSTITUTO IBOPE NIELSEN ONLINE. Disponível em: < <http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 15 Jun. 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 17 de out. de 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 05 de nov. de 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Disponível em:< www.cultura.gov.br >. Acesso em: 28 de jun.2011.

OLIVEN, Ruben George. **Em busca do tempo perdido: o movimento tradicionalista gaúcho**. 15 ed. São Paulo: Anpocs, 1980.

PADILHA, Óscar de la Torre. **El turismo: fenómeno social**. 2 ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

PUGEN, Bianca. **Gestão de eventos turísticos: um estudo organizacional sobre a Festa Nacional do Peixe**. 2008. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, 2008.

VIGÉSIMA QUINTA REGIÃO TRADICIONALISTA. Disponível em: <http://www.25rt.gov.br>. Acesso em: 05 out. 2011.

ANEXOS

ANEXO A – Fôlder Festejos Farroupilhas

FESTEJOS FARROUPILHAS

NOSSAS RIQUEZAS

07 a 20/09/12
Parque da Festa da Uva.

Programação

2ª EDIÇÃO

Realização:

 MUNICÍPIO DE CARAS DO SUL

 25ª Região Tradicionalista

 4ª CRE
Coordenadoria Regional de Educação

 Brigada Militar

Entrada 1 Kg de alimento

PROGRAMAÇÃO ARTÍSTICA

Dia 07/09 - Sexta-feira
08:00 - Recepção e organização de acampamentos
18:00 - Dia do Jovem Tradicionalista
19:30 - Missa Reconde "As Danças Tradicionais" Palestrante Toni
21:00 - Espet. com Jéssica Thomé
22:30 - Espetáculo com Mano Lima
23:30 - Baile com Os Malfadados

Dia 08/09 - Sábado
11:00 - Festival Serrano - Mirim e Juvenil
21:00 - Gravação DVD Walkier Moraes
23:30 - Baile com Zezinho e Grupo Floreo

Dia 09/09 - Domingo
09:00 - Festival Serrano - Adulto e Veterano e Rogério Melo
20:00 - Espetáculo com César Oliveira

Dia 10/09 - Segunda-feira
20:00 - Espetáculo com Artista Local
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Jairo Lambari

Dia 11/09 - Terça-feira
08:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espetáculo com Xiruzinho
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Leonel Gomes

Dia 12/09 - Quarta-feira
08:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espet. com Daniel Barros, Paço
02 Concurso de Causos Gauchescos
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Sheyla Müller

Dia 13/09 - Quinta-feira
8:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espetáculo com Robson Boeira
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Joca Mantris

Dia 14/09 - Sexta-feira
8:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espetáculo com Ernesto Nunes
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Deibo Tavares
23:30 - Baile com Os 4 Gaudérios

Dia 15/09 - Sábado
13:30 - Espetáculo com Artistas Locais
14:30 - Espetáculo com Artistas Locais
15:30 - Espetáculo com Artistas Locais

16:30 - Fandango da Serra
20:00 - Concurso Culinária Campeira
21:00 - Espet. Juliana Spanghevello
22:30 - Espet. com Cristiano Quevedo
23:30 - Baile com Os Tiranos

Dia 16/09 - Domingo
11:00 - Missa Crólula
12:00 - Concurso Culinária Campeira
14:00 - Espetáculo com Artistas Locais
15:00 - Espetáculo Erion Pericles
16:00 - Festival César Passaninho
17:30 - Espet. Grupo Carnio Chiarua
18:30 - Espetáculo Fabio Soares
20:00 - Espet. com Lisandro Amaral e Marcelo Oliveira

Dia 17/09 - Segunda-feira
20:00 - Espetáculo com Artistas Locais
21:00 - Espetáculo com Nenito Santuri
22:30 - Espetáculo com Jean Ferraz

Dia 18/09 - Terça-feira
08:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espet. com Matuzinho do Acordão e Grupo Tropeada
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espet. com Pedro Oratça

Dia 19/09 - Quarta-feira
08:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
14:30 - Ativ. Culturais com as Escolas
20:00 - Espet. com Xiru Pereira
21:30 - Apresentação Artística CTGs
22:30 - Espetáculo com Luiz Marenco

Dia 20/09 - Quinta-feira
12:00 - Final Concurso Culinária Campeira
13:30 - Espetáculo com Artistas Locais
14:30 - Espetáculo com Artistas Locais
16:00 - Desfile Temático
20:00 - Espet. com Grupo Tchê Barbonidade

Dia 20/09 - Quinta-feira
12:00 - Final Concurso Culinária Campeira
13:30 - Espetáculo com Artistas Locais
14:30 - Espetáculo com Artistas Locais
16:00 - Desfile Temático
20:00 - Espet. com Grupo Tchê Barbonidade

Dia 20/09 - Quinta-feira
09:00 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 18/09 - Terça-feira
19:00 - Veia, Parada Piazinho, Piazzito, Bonequinha, Prendinha e Gineteada em ovelhas (Pás 6 - 10 anos)
20:30 - Gineteada

Dia 19/09 - Quarta-feira
18:00 - Prova do Cepto, do Couro e do Chasseque
20:30 - Gineteada

Dia 20/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Trio, Seleção das Chaves e Seleção dos Municípios 25º RT
16:00 - Desfile Temático
18:00 - Final Gineteada

Dia 13/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 14/09 - Sexta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 15/09 - Sábado
08:00 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 16/09 - Domingo
08:00 - Lago Cavalito Crólula (Círculo 25º RT), Dupla de Irmãos, Taça Cidade e Lago Quarto 131 a 180
20:30 - Gineteada

Dia 15/09 - Sábado
8:00 - Lago Pia, Gurí, Pai e Filho e Lago Quarto 180 até o final
20:30 - Gineteada

Dia 16/09 - Domingo
8:00 - Taça Mulher Gaúcha (patrocínio Valdir Borges) Lago Menina, Guria, Prenda e Final Lago Quarto e Duplas
18:30 - Gineteada

Dia 08/09 - Sábado
06:00 - Lago Campeonato Municipal, Lago Quarto -001 a 100 -
10:00 - Cavalgada do 3º GA4Ae ao Parque da Festa da Uva
12:00 Abertura oficial dos Festejos

Dia 09/09 - Domingo
06:00 - Continuação Lago Campeonato Municipal, continuação Lago Quarto e Lago Engenheiro

Dia 10/09 - Segunda-feira
19:00 - Prova 6 Boiças e Prova 3 Tambores (Aberta, Infantil e Amador).

Dia 11/09 - Terça-feira
19:00 - Prova Trio de Aparição

Dia 12/09 - Quarta-feira
16:00 - Lago Duplas (40 anos acima), Lago Capataz e Lago Palco

Dia 13/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 14/09 - Sexta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 15/09 - Sábado
08:00 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 16/09 - Domingo
8:00 - Taça Mulher Gaúcha (patrocínio Valdir Borges) Lago Menina, Guria, Prenda e Final Lago Quarto e Duplas
18:30 - Gineteada

Dia 17/09 - Segunda-feira
18:30 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 18/09 - Terça-feira
19:00 - Veia, Parada Piazinho, Piazzito, Bonequinha, Prendinha e Gineteada em ovelhas (Pás 6 - 10 anos)
20:30 - Gineteada

Dia 19/09 - Quarta-feira
18:00 - Prova do Cepto, do Couro e do Chasseque
20:30 - Gineteada

Dia 20/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Trio, Seleção das Chaves e Seleção dos Municípios 25º RT
16:00 - Desfile Temático
18:00 - Final Gineteada

Dia 08/09 - Sábado
06:00 - Lago Campeonato Municipal, Lago Quarto -001 a 100 -
10:00 - Cavalgada do 3º GA4Ae ao Parque da Festa da Uva
12:00 Abertura oficial dos Festejos

Dia 09/09 - Domingo
06:00 - Continuação Lago Campeonato Municipal, continuação Lago Quarto e Lago Engenheiro

Dia 10/09 - Segunda-feira
19:00 - Prova 6 Boiças e Prova 3 Tambores (Aberta, Infantil e Amador).

Dia 11/09 - Terça-feira
19:00 - Prova Trio de Aparição

Dia 13/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 14/09 - Sexta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 15/09 - Sábado
8:00 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 16/09 - Domingo
8:00 - Taça Mulher Gaúcha (patrocínio Valdir Borges) Lago Menina, Guria, Prenda e Final Lago Quarto e Duplas
18:30 - Gineteada

Dia 17/09 - Segunda-feira
18:30 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 18/09 - Terça-feira
19:00 - Veia, Parada Piazinho, Piazzito, Bonequinha, Prendinha e Gineteada em ovelhas (Pás 6 - 10 anos)
20:30 - Gineteada

Dia 19/09 - Quarta-feira
18:00 - Prova do Cepto, do Couro e do Chasseque
20:30 - Gineteada

Dia 20/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Trio, Seleção das Chaves e Seleção dos Municípios 25º RT
16:00 - Desfile Temático
18:00 - Final Gineteada

Dia 08/09 - Sábado
06:00 - Lago Campeonato Municipal, Lago Quarto -001 a 100 -
10:00 - Cavalgada do 3º GA4Ae ao Parque da Festa da Uva
12:00 Abertura oficial dos Festejos

Dia 09/09 - Domingo
06:00 - Continuação Lago Campeonato Municipal, continuação Lago Quarto e Lago Engenheiro

Dia 10/09 - Segunda-feira
19:00 - Prova 6 Boiças e Prova 3 Tambores (Aberta, Infantil e Amador).

Dia 11/09 - Terça-feira
19:00 - Prova Trio de Aparição

Dia 12/09 - Quarta-feira
16:00 - Lago Duplas (40 anos acima), Lago Capataz e Lago Palco

Dia 13/09 - Quinta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 14/09 - Sexta-feira
09:00 - Lago Vaqueano, Veterano, Lago Cavalito Campeiro, Lago Quarto de Milha, Lago Cavalito Crólula c/Documentário, Lago Cavalito Crólula c/Resenha, Lago Cabanha Hulha Negra e Lago Quarto 101 a 130

Dia 15/09 - Sábado
8:00 - Prova de Fôlegos, Menina, Guria, Prenda, Pia, Gurí, Veterano e Peão
20:30 - Gineteada

Dia 16/09 - Domingo
8:00 - Taça Mulher Gaúcha (patrocínio Valdir Borges) Lago Menina, Guria, Prenda e Final Lago Quarto e Duplas
18:30 - Gineteada

REGULAMENTO

O regulamento é MTG - 25º RT, porém a armado será julgada. O Lago Duplas, será por dentro do Quarteto, sendo o 1º e 2º o 3º e 4º. Classificação: Força A 6 armadas, B 5 armadas e C 3 e 4 armadas. Lago Quarteto classificação: Força A 11/72 armadas e B 9/10 armadas. Lago Dupla Taça Cidade classificando-se com 3 e 4 armadas. Lago Semana Farrapilha e Lago Capataz, Pia, Guria, Prenda e Condecoração 3 armadas classificando-se com 100%. Lago Quarto Regulamento do 25º RT classificando-se 5 e 6 armadas. Lago Chasseque com 100%. Lago em Fêto será permitido participar integrantes maiores de 18 anos. 2 armadas por participante, classificando-se com 100%. Lago Engarupado, no mesmo sentido, só será permitido participar integrantes maiores de 18 anos. 2 armadas por participante, classificando-se com 100%. No Lago Pai e Filho até 12 anos e Pia e Filho, premiação extra de R\$ 300,00 para as últimas três Duplas ou mercos, com maior aproveitamento. Na Taça Universitária no momento da inscrição o participante deverá apresentar comprovante de Universidade, poderão participar também os já formados, desde que apresentem o comprovante, Campeonato Municipal equipe de 15 integrantes. Os Troféus de 1º, 2º e 3º lugares não haverá disputa, sendo por ordem de inscrição.

Observação: Todas as modalidades após a classificação será eliminatória. As inscrições do Lago Quarteto encerram-se às 13h no dia 15/09/2012. Os casos omissos serão decididos pela comissão organizadora, a mesma reserva-se o direito de fazer alterações no programação. As inscrições só serão efetuadas mediante apresentação do Cartão Tradicionalista-MTG.

INFORMAÇÕES

Artística:
Cléo Camassola 54 9972.6444
Ivan Rodrigues 54 9902.1040
Elton Pacheco 54 9903.0832
Gilmar Rossetti 54 9133.1739
Roberto Sales 54 9102.1454
Aldemir Bortolotto 54 9141.9883
Zelmar Almeida 54 8133.1740
Marcos Garzer 54 9603.4818

Campeiro:
Ivan Rodrigues 54 9902.1040
Eder Pacheco 54 9903.0832
Mecanor Casilhos 54 9974.7601
Edgar Boff 54 9141.9883
Fazil Bortolotto (Gineiteada) 54 9908.9852

Acampamento:
Enor Vêto 54 9974.9459
João Trindade 54 9971.1786

Comercialização de Espacos:
Exposul 54 3027.7065

PROGRAMAÇÃO CAMPEIRA

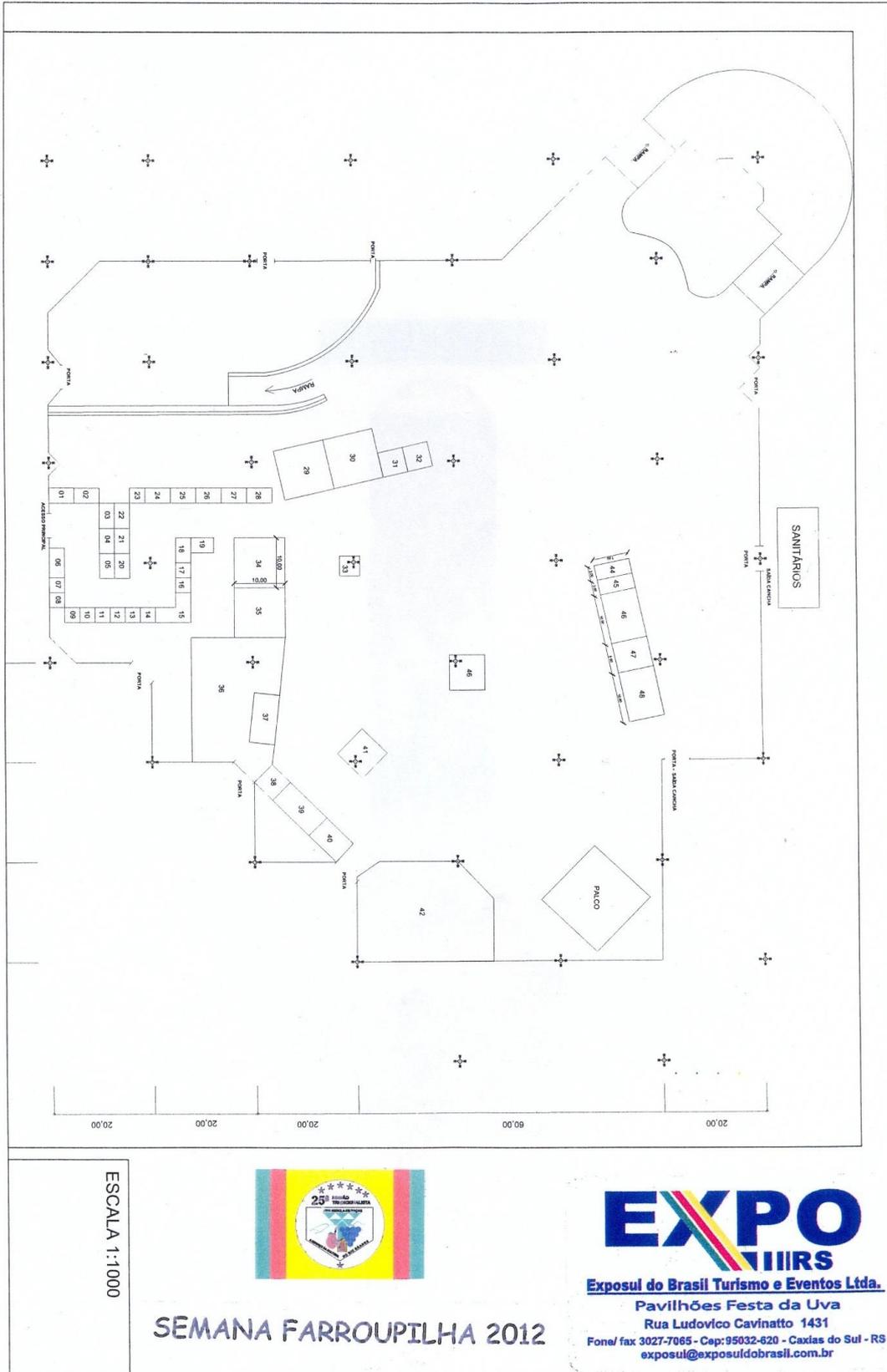
Dia 04/09 - Terça-feira
14:00 - Cavalgada Integração Farrapilha a Capela Castro Alves

Dia 05/09 - Quarta-feira
08:00 - Capela Castro Alves a Nova Roma
14:00 Nova Roma a Nova Pádua

Dia 06/09 - Quinta-feira
08:00 - Nova Pádua a Flores da Cunha/
14:00 - Flores da Cunha a São Marcos

Dia 07/09 - Sexta-feira
08:00 - Cavalgada de São Marcos a

ANEXO B – Planta-baixa Pavilhão 2



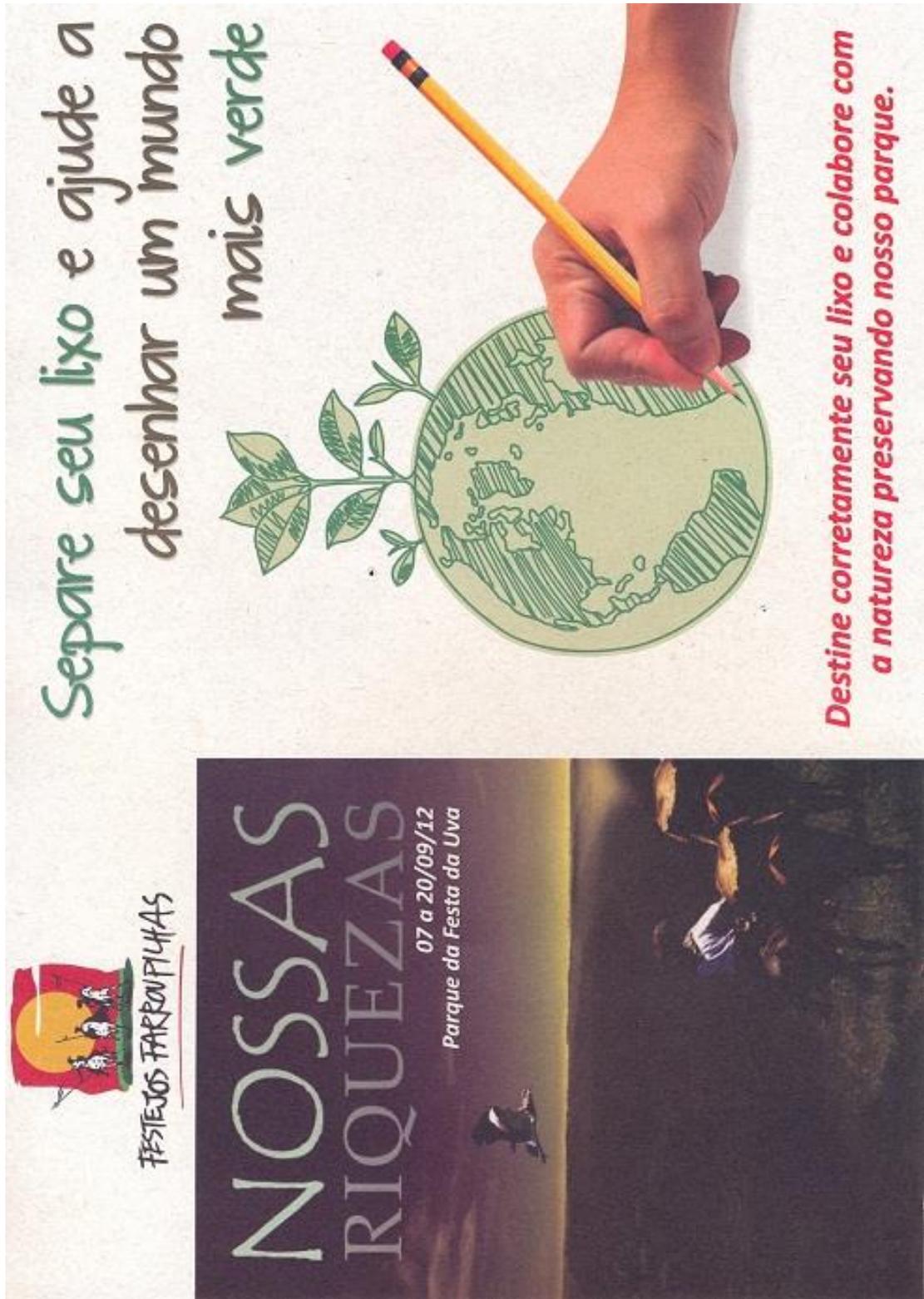
ESCALA 1:1000



SEMANA FARROUPILHA 2012

EXPO TIERS
Exposul do Brasil Turismo e Eventos Ltda.
Pavilhões Festa da Uva
Rua Ludovico Cavinatto 1431
Fone/ fax 3027-7065 - Cep:95032-620 - Caxias do Sul - RS
exposul@exposuldobrasil.com.br

ANEXO C – Folheto informativo Codeca



FESTIVOS FARRAUPILHAS

NOSSAS RIQUEZAS
07 a 20/09/12
Parque da Festa da Uva

*Separe seu lixo e ajude a
desenhar um mundo
mais verde*

*Destine corretamente seu lixo e colabore com
a natureza preservando nosso parque.*

No seu acampamento os resíduos devem ser separados em:



O óleo de cozinha saturado pode ser armazenado em garrafas pet e depositado nos contêineres seletivos disponíveis no Pavilhão 1 e na Campeira.



25º Regimento Tradicionalista



4ª CRE
Coordenação Regional de Estacção



Brigada Militar



MUNICÍPIO DE CAMPESTRE



codeca
Comunidade Organizadora de Campestre
A serviço da Comunidade.

ANEXO D – Regulamento Festejos Farroupilhas 2012



REGULAMENTO DA SEMANA FARROUPILHA 2012

A Comissão Organizadora da Semana Farroupilha 2012, no uso de suas atribuições, previstas pelo Decreto nº 44.448 de 22/05/06, aprova o regulamento da Semana Farroupilha do Município de Caxias do Sul.

Capítulo I

Da Comissão

Art. 1. A Comissão Organizadora da Semana Farroupilha é composta por representantes das seguintes instituições:

- Prefeitura Municipal de Caxias do Sul
- Brigada Militar
- 4ª Coordenadoria Regional de Educação (CRE)
- 25ª Região Tradicionalista

Capítulo II

Das Atividades Comerciais

Art. 2. É expressamente proibido o comércio de qualquer produto pelos acampados para o público externo, exceto aos associados das entidades.

Art. 3 A ocorrência de comércio dessa espécie caracteriza concorrência aos espaços comerciais regulamentados pela Comissão Organizadora, sendo que o descumprimento dessa norma acarretará, consecutivamente:

I – Em advertência para regularização imediata com limite máximo de 24h;

II – Após o prazo, multa de R\$ 1.000,00 (Hum mil reais);

III – Em caso de reincidência, a cada 24h, nova multa de R\$ 1.000,00 (Hum mil reais).

§ único – Cabe recurso à Comissão Organizadora no prazo de regularização estipulado no inciso I.

Capítulo III

Da Circulação de Veículos

Art. 4. O controle e a distribuição de identificações dos veículos é de responsabilidade da 25ª RT.

I - Na área do acampamento será permitida apenas circulação de veículos credenciados pela 25ª RT, bem como de veículos oficiais e placa branca, desde que devidamente identificados e em serviço.

Capítulo IV

Das Credenciais para Veículos na circulação interna

Art. 5. – Serão entregues para acampados que participarem das atividades artísticas e campeiras 5 (cinco) credenciais de veículos por a entidade acampada, 1 (uma) credencial para demais acampados .

Art. 6. As credenciais somente poderão ser utilizadas por veículos de passeio e devem ser afixadas no interior do veículo, junto ao pára-brisa, lado motorista.

Art. 7. As credenciais serão entregues pela Exposul do Brasil em período a ser estabelecido pela Comissão Organizadora.

Art. 8. As credenciais serão entregues somente para o responsável de cada entidade acampada, e o mesmo terá que fornecer na hora da retirada os números das placas dos veículos.

Capítulo V

Da Publicidade e/ou Propaganda Política

Art. 9. Será vedada a veiculação de publicidade externa de marcas no acampamento, bem como nas áreas livres de cada lote. Nas dependências internas, a referida exposição de marcas de apoiadores fica a critério dos participantes.

Art. 10. Fica expressamente proibida a colocação de qualquer propaganda ao livre, como letreiros, painéis luminosos ou iluminados, tabuletas, out-doors, faixas e postes toponímicos nas áreas de circulação do público no acampamento, podendo afixar tais materiais somente nas paredes internas dos estabelecimentos.

Art 11. Devem ser observadas as regras gerais da Justiça Eleitoral, conforme a Lei nº 9.504/97 que regulamenta a propaganda política, entre outros aspectos.

Art. 12 Em conformidade com a Legislação Eleitoral, será vedada exposição e distribuição de propaganda política nas áreas de circulação do público, bem como afixação de materiais no acampamento, de forma a não descaracterizar a Semana Farroupilha de seu objetivo primordial, que é o cultivo das tradições gaúchas.

Art. 13. Ainda em conformidade com a legislação, não será permitida a circulação com bandeiras e/ou cartazes de conteúdo político-eleitoral no interior do parque.

Art. 14. O descumprimento de qualquer um dos artigos deste capítulo acarretará em:

I – Em advertência para regularização imediata com limite máximo de 24h;

II – Após o prazo, multa de R\$ 1.000,00 (Hum mil reais);

III – Em caso de reincidência, a cada 24h, nova multa de R\$ 1.000,00 (Hum mil reais).

Capítulo VI

Da emissão de ruídos e vibrações

Art. 15. É proibida a utilização de equipamentos sonoros amplificados ou qualquer equipamento que prejudique os demais acampados, bem como a emissão de ruídos da meia-noite às 6h.

Art. 16. Dentro do propósito primordial da Semana Farroupilha, e atendendo às orientações do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), será permitida apenas a difusão de música gaúcha no interior do parque.

Capítulo VII

Do local de Acampamento

Art. 17. No momento da confirmação do lote, o responsável receberá **ALVARÁ DE CONCESSÃO PARA ACAMPAMENTO** na Semana Farroupilha, que deverá ser afixado em local bem visível para a fiscalização.

Art. 18. Não será autorizado acampamento para quem tiver passivos ambientais, ou qualquer outra natureza, não regularizados.

Art 19. Durante o acampamento, cada entidade é responsável pela área em que se estabelecer; assim, todos os atos irregulares cometidos nessa área, ou por componentes, ou por visitantes da entidade, são de responsabilidade desta.

Art. 20. É proibido à entidade e ou pessoa física inscrita na Semana Farroupilha, sublocar ou transferir o espaço cedido para acampamento.

§ único. Serão penalizados tanto a entidade que fizer a transferência quanto o que sublocar espaços cedidos para acampamento.

Art. 21. No momento da ocupação do espaço, o responsável deverá vistoriar o local, reportando-se por escrito à Comissão Organizadora, caso constate alguma anormalidade. Caso não o faça, será responsabilizado por qualquer irregularidade constatada após o término do evento.

Art. 22. No transcorrer do acampamento, cada entidade deverá manter a área limpa e, ao seu término, todos os elementos ou sinais de utilização (madeira e outros restos de materiais) devem ser retirados; a área será vistoriada por membros da Comissão Organizadora, que emitirá seu parecer no Alvará de

Concessão de Acampamento, o qual será exigido no ano posterior para realização de nova inscrição.

Art. 23. Ao entregar o lote, o mesmo deverá estar limpo e livre de resíduos no prazo máximo de 02 (dois) dias.

Art. 24. Observar período da MONTAGEM, dia 03 de setembro em diante, a DESMONTAGEM é dia 21 e 22 de setembro 2012, impreterivelmente, caso contrário a CODECA levará tudo embora, e o acampado perde o direito de tudo que tinha no local de acampamento sem direito a reclamação.

Capítulo VIII

Das Disposições Gerais

Art. 25. Será proibida qualquer intervenção em vegetal sem autorização da Secretaria Municipal do Meio Ambiente (Semma).

Art. 26. É expressamente proibido amarrar cavalos em árvores ou próximo a elas, bem como em edificações integrantes da infra estrutura do parque. Caso isto ocorra, e haja risco de danos às árvores, cada entidade será responsabilizada pelos danos, sob pena da perda imediata do direito de acampar.

Art. 28. Será proibida a circulação de cavalos na área das Réplicas, Coreto, Som & Luz e Monumento Jesus Terceiro Milênio, devendo ser respeitadas as áreas isoladas pela Comissão Organizadora.

Art. 29. É proibido fazer fogo diretamente no solo, bem como colocar em risco, por causa de fogo, de equipamentos públicos, pertencentes à infra estrutura do parque.

Art. 30. É dever dos participantes, acampados e visitantes, zelar pelo parque e pela conservação da estrutura existente.

Art. 31. As entidades que forem notificadas por infração ao regulamento no ano anterior só receberão Alvará para participação no evento do próximo ano mediante a comprovação da quitação de multas previstas pelo referido regulamento.

Art. 32. A Comissão Organizadora, avaliado caso a caso, responsabilizará a entidade acampada que desrespeitar o presente regulamento com as penalidades de: advertência, multa, suspensão temporária do direito de acampar ou até mesmo a proibição definitiva do direito de acampar, podendo estas serem aplicadas juntas ou alternadamente, facultada a defesa prévia e respeitando o direito a ampla defesa.

Comissão Organizadora da Semana Farroupilha 2012.



4ª CRE

