



Festa Nacional da Uva: uma nova identidade?¹

Adriana Schleder²

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul - RS

RESUMO

Caxias do Sul realiza há sete décadas a Festa Nacional da Uva, criada para celebrar a colheita, valorizar o potencial agrícola, industrial e turístico da cidade. Ao longo desse tempo, o evento sofreu grandes transformações. A última, na década de 1990, teve a preocupação de reaproximar a comunidade da festa, afastada por rejeitar o perfil de feira adotado nas décadas anteriores. Este artigo investiga as relações entre a comunidade local e as festas depois dessa mudança, que continua até os dias atuais. A análise dos depoimentos de leitores sobre o evento, na Coluna de Opinião do único jornal diário de Caxias, durante as últimas oito edições da Festa da Uva, revela que as resistências estão diminuindo. E as tentativas de aproximação possibilitam novos olhares sobre a festa e a comunidade, provocando a reconstrução de uma identidade local.

PALAVRAS-CHAVE: Festa Nacional da Uva; identidade; comunidade local.

INTRODUÇÃO

A primeira Festa da Uva foi realizada em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, região Sul do Brasil, no ano de 1931, pela iniciativa de um grupo de empresários. Durou apenas um dia, no salão principal de um clube tradicional da cidade. A idéia era incentivar os agricultores caxienses, na sua grande maioria de descendência italiana, no plantio de uvas viníferas de maior qualidade, como primeiro passo para a melhoria na elaboração de vinhos. A última edição foi realizada em 2008, com o tema “Uma vez imigrante, para sempre brasileiro”. Da primeira para a última festa, sete décadas se passaram. Surgiu o potencial industrial, que foi agregado à festa. E também o potencial turístico. Durante a Segunda Guerra Mundial a festa foi cancelada. O reinício deu-se em 1950, como uma busca pela identidade apagada pela guerra. Já na década de 1970, a Festa da Uva passou por uma crise. Um conflito entre a visão tradicional de uma festa da comunidade e uma nova proposta para que fosse um empreendimento centrado em interesses de ordem econômica. A crise se prolongou por quase vinte anos.

1. Trabalho apresentado no NP de Comunicação, Turismo e Hospitalidade do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Jornalista, Professora dos cursos de Comunicação Social da Universidade de Caxias do Sul e mestranda em Turismo pela UCS, email: adrischleder@terra.com.br.



A década de 1990 representa a retomada da Festa da Uva pela comunidade. Na tentativa de buscar uma identidade para a festa criou-se uma Comissão Comunitária para gerenciar a organização. Os resultados positivos registrados nas edições de 1994 e 1996 ampliaram as discussões no sentido de dar à festa um caráter mais de “festa” e não de “feira”. O debate sobre qual o formato ideal para a Festa da Uva continua até os dias atuais. Porém ainda não houve consenso a respeito do assunto.

Caxias do Sul cresceu, e com o desenvolvimento industrial atraiu muitos migrantes. Pessoas que vieram de diferentes regiões do Estado e do país em busca de uma vida melhor, e passaram a fazer parte desta cultura. Segundo o IBGE (Contagem de População 2007), a cidade já possui 400 mil habitantes, e além dos moradores de descendência italiana, é marcada por muitos perfis étnicos. Pessoas que trouxeram na bagagem outras histórias e encontraram no município um novo referencial de vida. Diante desse contexto, o que a Festa da Uva representa para a comunidade que vive na Caxias do Sul do século XXI? As investigações sobre essa questão fazem parte da dissertação de Mestrado em Turismo, realizada pela autora deste artigo entre 2007 e 2009, na Universidade de Caxias do Sul. O estudo analisou as representações sociais sobre a Festa da Uva presentes na comunidade local, a partir da Coluna de Opinião do Leitor, do Jornal Pioneiro, único jornal diário do município.

Para investigar esse contexto foram analisadas 279 notas publicadas entre as edições de 1994 e 2008 (a festa acontece a cada dois anos), com recorte para o mês de escolha das soberanas de cada edição e entre janeiro e abril de cada ano, período de preparação, realização e avaliação do evento. Esse recorte de tempo se justifica no sentido de que a partir da festa de 1994 houve a tentativa de dar um caráter mais festivo e comunitário à Festa da Uva e a idéia era verificar se houve um envolvimento maior da comunidade com a festa.

O foco direcionado para a Comunicação Social deve-se a formação da pesquisadora e também a abordagem de Moscovici (1978) de que as representações são determinadas pelos meios de comunicação (jornais, rádio, conversações, etc.), e pela organização social (igreja, partidos, etc.). E de que também a organização coletiva do conhecimento e a circulação de opiniões são influenciadas pelos meios de comunicação.

Como o processo de comunicação social é um poderoso meio de influência junto à opinião pública, as notas foram analisadas através de seus discursos. A análise de conteúdo é uma metodologia muito utilizada dentro da teoria das Representações



Sociais, “pois possibilita ao investigador descobrir aquilo que não está aparente, aquilo que não foi dito explicitamente, o que está oculto na mensagem”. (BARDIN, 1977)

Barreto (2004) destaca que quando o turismo se desenvolve em lugares pequenos, que ainda apresentam características de comunidade, porque seus membros são poucos e mantêm interesses comuns, as relações e percepções sobre o fenômeno turístico são compreendidas de uma forma mais simples. Quando o turismo acontece em sociedades complexas ou grandes cidades, pode-se dizer que há relações diferentes entre diferentes comunidades dessa sociedade e os turistas que a visitam.

Caxias do Sul já foi uma pequena cidade. A Caxias de agora recebeu na última edição da Festa da Uva, em 2008, quase um milhão de visitantes. Um evento que se consolidou como atrativo turístico, mas revela múltiplos olhares e opiniões divergentes na comunidade. Olhares e opiniões que têm possibilitado a reconstrução de uma identidade local.

FESTA E IDENTIDADE

Quando uma comunidade realiza uma festa, está construindo sua identidade local. Num conceito geral, identidade seria o sentido de pertencer que as pessoas trazem enquanto serem simbólicos que são. Elas pertencem a algum grupo, sentem afinidade com algo que lhe resgata algo seu, e tudo isto é chamado de identidade.

Martins (2003) ressalta que os estudos da cultura dos grupos apresentam alguns elementos fundamentais como identificadores étnicos, os quais são muito importantes para os processos de identidade. Entre esses elementos estão o território, a história, a cultura, a comunicação e patrimônio produzido. Segundo ele, todo grupo necessita de uma cultura que o sustente para poder existir, vivenciada no sentido comum e repassada através de comunicação, para manter o sentido de pertencer entre seus integrantes.

As festas são exemplo de consolidação desta identidade local, onde a comunidade procura valorizar a sua história através da preservação da sua cultura. Amaral (2001) sintetiza que, das maiores a menores, todas as festas não apenas atualizam mitos, como revivem e colocam em cena a história do povo, contada sob seu ponto de vista.

Ela é, como vimos, desde os primeiros tempos da colonização, um dos lugares ocupados pelo povo na história brasileira, talvez uma de suas primeiras conquistas reais, e nela ele se vê e se representa em papéis ativos. Desfilando pelas ruas a riqueza de suas relações com outros



grupos, o privilégio de suas relações com as divindades todas que ouvem suas preces e lhe entregam milagres, ele se reconhece. Como se reconhece em força nas massas que caminham por grandes avenidas, empurrando carros alegóricos com símbolos de sua história, empurrando a própria história, em toda sua riqueza, levando em frente suas paixões e suas utopias. E a breve substituição do poder oficial estabelecido por um poder de fantasia, mágico, pode ainda ser o meio para comunicar ao primeiro as críticas sociais e aspirações que não o alcançam no curso ordinário da vida política. (AMARAL, 2001)

A idéia de identidade local onde a comunidade se reconhece como pertencente a um grupo também é enfatizada por Barreto (2001) quando escreve sobre o legado cultural e identidade.

Manter algum tipo de identidade – étnica, local ou regional – parece ser essencial para que as pessoas se sintam seguras, unidas por laços extemporâneos a seus antepassados, a um local, a uma terra, a costumes e hábitos que lhes dão segurança, que lhes informam quem são e de onde vêm, enfim, para que não se percam no turbilhão de informações, mudanças repentinas e quantidade de estímulos que o mundo atual oferece. (BARRETO, 2001, p. 46)

Para contrapor esse mundo globalizado atual, onde existe uma padronização de gostos, atitudes, valores e expressões, que acabam deixando os locais “iguais”, Barreto defende a recuperação da memória coletiva, mesmo que seja para reproduzir a cultura local para os turistas. Já que isso, numa etapa posterior, irá levar à recuperação da “cor local” e, num ciclo de realimentação, a uma procura por recuperar cada vez mais esse passado. Martins (2003) aponta para uma evolução maior, a de que o homem está num processo em que aprende a ver o seu potencial de povo, a sua identidade como algo peculiar e apenas seu. O fenômeno do turismo sai da exploração e chega à valorização do fazer e ser local, partindo do homem local. Isso agrega outros fatores/valores que levarão em breve, o turismo regional à sustentabilidade.

É neste contexto de valorização e preservação da cultura local onde as festas populares se apresentam. É importante que cada comunidade consiga preservar a sua identidade da melhor forma possível, seja numa festividade para o próprio grupo, numa festa de divulgação regional ou até mesmo como uma oferta turística. Porém, é necessário que a comunidade tenha a dimensão de onde quer chegar, para que em vez de promotora do turismo cultural passe a explorada pela indústria do turismo. Amaral (2001) aborda esse assunto em sua pesquisa.

No Brasil, também, as festas populares movimentam milhões de dólares em sua produção, providos por patrocinadores que as vêm usando como mais um lucrativo espaço para a inserção de propaganda e promoção de consumo, investindo a cada ano mais neste filão [...].

Não se trata, contudo, de a festa ter sido invadida pela publicidade e arrancada das mãos populares e, sim, da necessária negociação para seu crescimento juntamente à percepção, por parte das populações, das vantagens, além do divertimento, que ela é capaz de proporcionar ao crescer, mesmo se para isso for preciso que algo se transforme um pouco. Deste modo, as grandes festas já não são festas “espontâneas”, mas cuidadosamente planejadas, para as quais os preparativos são feitos com muita antecedência e implicam a organização permanente de pessoas encarregadas de executar inúmeras tarefas. No caso das pequenas festas, isto também acontece, embora em escala menor, pois nela os patrocinadores são pessoas do povo. (AMARAL, 2001)

A mercantilização e a transformação da festa em produto, apontados por Amaral, podem significar uma ameaça a identidade local. Apesar de ainda preservar, de alguma forma, a história, a cultura e o patrimônio, esse processo pode ter efeitos negativos. A homogeneidade cultural promovida pelo mercado global pode levar a comunidade e a cultura local ao distanciamento de sua identidade. De forma alternativa, pode levar a uma resistência que pode fortalecer e reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições de identidade.

É inegável que todas as festas recriam e resgatam o tempo, o espaço e as relações sociais. Porém, DaMatta (1986) alerta que na festa tomamos consciência de coisas gratificantes e dolorosas. Segundo ele, aquilo que passa despercebido ou nem mesmo é visto como algo maravilhoso ou digno de reflexão, estudo ou desprezo no cotidiano, é ressaltado e realçado nas festas, alcançando um plano distinto. Elas permitem descobrir oscilações entre uma visão alegre e uma leitura soturna da vida.

Que não podemos comparecer porque não somos da mesma classe social; que não podemos desempenhar papel importante porque não somos daquela corporação; [...] que nosso amigo é excelente orador porque foi a festa que o destacou como tal. São inúmeras as situações em que a festa promove a descoberta do talento, da beleza, da classe social, do preconceito e da alegria. (DAMATTA, 1986, p. 81-82)

Esse aspecto aponta para um conceito que surgiu com a pós-modernidade a respeito das identidades. Hall (2004) afirma que a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. De acordo com o autor, as identidades não são unificadas. Pode haver contradições no seu interior que têm que ser negociadas. O próprio conceito de identidade envolve o exame de sistemas classificatórios, que mostram que as relações sociais são organizadas e divididas em ao menos dois grupos em oposição, nós e eles.

E na construção dessas identidades o passado e o presente exercem um importante papel. Kathryn Woodward (2000) destaca que a contestação no presente busca



justificativa para a criação de novas e futuras identidades nacionais, evocando origens, mitologias e fronteiras no passado. Os atuais conflitos estão, com frequência, concentrados nessas fronteiras, nas quais a identidade nacional é questionada e contestada.

A fragmentação dessas identidades demonstra que elas são construídas através de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos. Para Hall (2000), essa fragmentação sofre influências dos processos de globalização.

As identidades parecem invocar uma origem que residiria em um passado histórico com o qual elas continuariam a manter uma certa correspondência. Elas têm a ver, entretanto, com a questão da utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos. Tem a ver não tanto com as questões “quem nós somos” ou “de onde nós viemos”, mas muito mais com as questões “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios. (HALL, 2000, p. 108-109)

A partir do olhar de Hall, é possível dizer que a construção da identidade se dá através do discurso. E ele carrega influências políticas e sociais, além de agregar um imaginário criado no contexto onde ele está inserido. Stuart Hall enfatiza que justamente por serem construídas dentro e não fora do discurso que é preciso compreender que as identidades são produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas.

Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente constituída, de uma “identidade” em seu significado tradicional – isto é, uma mesmidade que tudo inclui, uma identidade sem costuras, inteiriça, sem diferenciação interna. Acima de tudo, e de forma diretamente contrária àquela pela qual elas são constantemente invocadas, as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela. (HALL, 2000, p. 109-110)

O discurso unificado e de interesse coletivo na formação da identidade já era refutado por Pierre Bourdieu quando fez uma reflexão crítica sobre a ideia de região, utilizando como elementos a identidade e a representação, na sua obra *O Poder Simbólico*. Segundo ele, a formação da identidade étnica ou regional se dá através das “lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e

desfazer grupos”. (2001, p.113). Para Bourdieu, não existe uma percepção naturalizada das fronteiras, tudo é criado e referendado por instâncias de legitimação. Isso acontece quando o grupo passa a ter a existência conhecida e reconhecida num amplo cenário social.

E para que a legitimação aconteça, as propriedades simbólicas, mesmo as mais negativas, podem ser utilizadas estrategicamente em função dos interesses materiais e também simbólicos de seu portador. Bourdieu explica:

A procura dos critérios “objetivos” de identidade “regional” ou “étnica” não deve fazer esquecer que, na prática social, estes critérios (por exemplo, a língua, o dialecto ou o sotaque) são objecto de *representações mentais*, quer dizer, de actos de percepção e apreciação, de conhecimento e reconhecimento em que os agentes investem os seus interesses e os seus pressupostos, e de *representações objectais*, em coisas (emblemas, bandeiras, insígnias, etc.) ou em actos, estratégias interessadas em manipulação simbólica que têm em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores. (BOURDIEU, 2001, p.112)

E o efeito que esse discurso exerce não depende apenas do reconhecimento consentido àquele que o detém, mas depende também do grau em que o discurso, que anuncia ao grupo a sua identidade, está fundamentado, isto é, no reconhecimento e na crença que lhe concedem os membros deste grupo. O autor ressalta que, dentro desse grupo, as minorias não têm outra alternativa a não ser legitimar o discurso.

“Quando os dominados nas relações de forças simbólicas entram na luta em estado isolado, como é o caso nas interações da vida quotidiana, não têm outra escolha a não ser a da aceitação (resignada ou provocante, submissa ou revoltada) da definição dominante da sua identidade ou da busca da *assimilação* a qual supõe um trabalho que faça desaparecer todos os sinais destinados a lembrar o estigma (no estilo de vida, no vestuário, na pronúncia, etc.) e que tenha em vista propor, por meio de estratégias de dissimulação ou de embuste, a imagem de si o menos afastada possível da identidade legítima”. (BOURDIEU, 2001, p.124)

Para contrariar a ideia de dominação, muitas vezes as minorias apostam no discurso regionalista, que, segundo Bourdieu, é um discurso *performativo*, que tem em vista impor como legítima uma nova definição das fronteiras e dar a conhecer e fazer reconhecer a *região* assim delimitada – e, como tal, desconhecida – contra a definição dominante, portanto, reconhecida e legítima, que a ignora. Na visão dele, a revolução simbólica contra a dominação simbólica e os efeitos de *intimidação* que ela exerce “tem em jogo não a conquista ou a reconquista de uma identidade, mas a reapropriação



coletiva deste poder sobre os princípios de construção e de avaliação da sua própria identidade de que o dominado abdica em proveito do dominante enquanto aceita ser negado ou negar-se para se fazer reconhecer”. (2001.p.125)

Nas lutas a respeito da identidade étnica ou regional está em jogo o poder de impor uma visão de mundo social. Bourdieu lembra que o mercado de bens simbólicos tem as suas leis, que não são as da comunicação universal entre sujeitos universais. Na lógica propriamente simbólica da distinção – em que existir não é somente ser diferente, mas também ser reconhecido legitimamente diferente – “qualquer unificação, que *assimile* aquilo que é diferente, encerra o princípio da dominação de uma identidade sobre outra, da negação de uma identidade por outra”. (2001, p.129)

O desafio nas discussões para a construção de uma identidade local, muito presentes quando se trata de turismo e cultura, e no caso dessa pesquisa, das festas, está em não buscar uma unificação e, sim, valorizar as diferenças presentes na comunidade local. E os espaços culturais e das festas são propícios para isso. Grünewald apresenta as arenas turísticas como um espaço que pode ser muito bem aproveitado para o posicionamento (discursivo) das comunidades étnicas no mundo globalizado. Segundo ele, “essas comunidades acabam muitas vezes por fazer dessas arenas os pontos de onde conseguem falar de si ao mundo, um mundo pós-moderno que necessita cada vez mais do primitivo como contraponto estratégico”. (2003, p.155).

Ao resgatar o passado e valorizar o presente, as comunidades recuperam a sua história e buscam no presente a sua verdadeira identidade. Reconhecendo as diferenças e legitimando-as, criando assim, novas fronteiras.

A FESTA NACIONAL DA UVA

O imigrante italiano trouxe na sua bagagem cultural a idéia da festa e da feira. A festa estava sempre associada especialmente ao santo padroeiro da capela ou da igreja matriz. Porém, apesar da conotação religiosa, a parte profana estava sempre presente completando os rituais do dia festivo. Quanto às feiras, elas tinham, inicialmente, um cunho de exposição. Mostrar o produto, expor os frutos colhidos da terra. Primeiro para a comunidade, depois para o mercado e para as autoridades, visando à comercialização. Antes do início da Festa da Uva, já haviam sido realizadas algumas feiras agroindustriais. Mas foi apenas em 1931, que pela primeira vez uma exposição de produtos agrícolas foi elevada à categoria de festa, com a primeira Festa da Uva de



Caxias do Sul. E esse foi o objetivo, mostrar o principal produto cultivado pela comunidade. Uma festa com caráter de exposição.

Ribeiro (2002) aponta entre as edições da Festa da Uva quatro momentos decisivos na trajetória de definição de seu formato:

Primeiro momento – na década de 30, quando tem início o processo de construção da Festa da Uva.

Segundo momento – na Festa da Uva de 1950, com reflexos que se prolongam durante toda a década e parte da década seguinte. Representa a retomada da festa depois de um lapso de mais de dez anos, durante e logo após a Segunda Guerra Mundial, quando a identidade local sofre graves lesões, e é realizada com o claro intuito de repor a imagem da região de colonização italiana no quadro da nacionalidade.

Terceiro Momento – representa também um momento de crise da Festa da Uva. A festa de 1975, realizada no ano da comemoração do centenário da imigração, põe à tona o conflito entre a visão tradicional de uma festa da comunidade e a nova proposta de que ela seja um empreendimento centrado em interesses de ordem econômica, crise que se prolongaria por quase vinte anos, num progressivo processo de rejeição da Festa da Uva pela comunidade.

Quarto momento - representado pelas festas de 1994 e 1996, significa a retomada da Festa da Uva pela comunidade e, com isso, a retomada também de seu papel de representação educativa da própria identidade, dentro de novas circunstâncias.

Se no início a Festa da Uva queria apenas celebrar a vindima, aos poucos, com o sucesso das edições, a comunidade quis conquistar mais espaços. O perfil mais festivo começou a dividir espaço com a feira agroindustrial, que mostrava o potencial da cidade. Na década de 50, na retomada da busca da identidade, o apelo festivo volta, com o resgate da cultura italiana. Mas nas décadas seguintes, com o avanço do setor industrial, a festa adquire um caráter de evento de negócios, mostrando o que de melhor o setor metal-mecânico produzia. A crise de identidade se instala e a comunidade passa a rejeitar o evento. A recuperação do caráter festa inicia na década de 90 e continua até hoje. Aproximar a festa da comunidade é um desafio em todas as edições.



Pesquisas realizadas nas edições da Festa da Uva pelas comissões comunitárias, entre 1998 e 2002, constataram a preferência dos visitantes pelos eventos de lazer, com a preservação de suas origens, mas com mais opções de entretenimento. A partir disso, os organizadores decidiram fortalecer o sentido de festa, oferecendo novas opções de lazer e, praticamente extinguindo, em comum acordo com os empresários, a exposição de produtos e equipamentos industriais pesados, como caminhões e ônibus. Em contrapartida, os produtos de origem colonial, o artesanato, a gastronomia e as atrações culturais e artísticas ganharam espaço.

Gilberto Spier Vargas era prefeito de Caxias do Sul na época e confirma a transformação:

“A Festa da Uva teve que viver sua transição de buscar cada vez mais o caráter festa e menos o caráter feira. As empresas caxienses participam, agora, mais em caráter institucional. A Festa da Uva deve caracterizar o aspecto festa, porque a sua parte feira será cada vez mais de bens de consumo. O grande público que visita a festa não vai comprar ônibus ou autopeças” (apud SANTOS, 2003, p. 47).

E esse é o formato que foi adotado até esta última edição de 2008. Um caráter festivo, que busca aproximar cada vez mais a comunidade da Festa da Uva. Envolver e valorizar todas as etnias que ajudaram Caxias ser o que é hoje passa a ser a estratégia da Comissão Comunitária. Zottis (2003) fala sobre esse aspecto. “Enquanto na década de 30 a população contava com uma considerável parcela de descendentes de italianos, atualmente é marcada por múltiplos perfis étnicos. Não há um único sotaque, mas várias falas que precisam conviver em harmonia. A América dos imigrantes que deixaram a Itália continua sendo feita com mãos de diversas origens, que merecem espaço e respeito.” (2003, p. 129)

Esse é o grande desafio da Festa da Uva: preservar a cultura e se adaptar ao novo, as evoluções econômicas, sociais e políticas de uma cidade que possui mais de 400 mil habitantes, com olhares e opiniões diferentes, mas que por muitos motivos vieram para cá fazer parte desta história.

MÚLTIPLOS OLHARES

As 279 opiniões coletadas na pesquisa sobre a Festa da Uva, nas oito edições do evento, entre 1994 e 2008, na Coluna do Leitor do Jornal Pioneiro, revelaram múltiplos olhares sobre o evento. Tendo como referência a Análise de Conteúdo proposta por



Laurence Bardin (1977), foram criadas categorias de análise. Cada edição da festa representou uma safra e todo o seu processo, do plantio a colheita: em cada safra foram colhidos Bons Frutos (aspectos positivos) e contabilizados os Prejuízos da Safra (aspectos negativos), as duas categorias divididas em discurso oficial e não-oficial.

A partir da categorização foi possível perceber nos discursos que, aos poucos, diminuiu resistência ao perfil da festa adotado pela comissão comunitária nas últimas oito edições. Na primeira edição analisada, em 1994, foram registradas 48 opiniões: oito favoráveis e 40 negativas. Na edição de 2000, foram 16 na categoria Bons Frutos e 22 na categoria Prejuízos na Safra. Já na última edição da Festa Da Uva, em 2008, dos 76 depoimentos, 37 foram favoráveis e 39 negativos. Apesar de não avaliar, neste primeiro momento, aspectos específicos das opiniões, os números, mesmo numa análise qualitativa, revelam que já existe um avanço no sentido de aproximação da comunidade para com a festa.

Os discursos na primeira edição analisada eram fortes na cobrança de posicionamento dos gestores da festa quanto à participação da comunidade como um todo.

Sou de origem italiana e não gostei da chamada que fazia convite para a Festa da Uva 94. Admiro a cultura e o trabalho dos italianos, mas esta cidade e este país são de todas as raças. Por isso, vamos engrandecer Caxias do Sul deixando de lado o provincianismo, o egoísmo e o racismo. A cidade e a festa são de todos, independente de raça ou religião. (depoimento edição 1994).

A resposta veio no discurso oficial, através da Comissão Comunitária, revelando a preocupação e mudar a realidade presente até aquele momento. “Planejar a Festa da Uva 94 dentro de uma perspectiva de mudança estrutural ao longo dos próximos anos - criando oportunidades e alternativas - foi o espírito que norteou a comissão do evento”. (depoimento edição 1994)

A Festa da Uva de 2000, registrou um episódio que trouxe ao evento projeção nacional. A Rainha do evento, que tinha uma irmã gêmea, trocou de lugar com ela num dos desfiles alegóricos realizados no centro da cidade. O fato acirrou as discussões sobre a festa e os ânimos ficaram alterados. “Manifesto a minha indignação com o fato que envolve a rainha da Festa da Uva. Na minha opinião, esse episódio deve ser julgado com todo o rigor, pois foi uma falta de respeito com toda a comunidade.” (depoimento edição 2000). Porém, outros viram a troca como uma divulgação positiva da festa. “Não sei qual das duas irmãs é nossa rainha. Só sei que eu e mais muitos caxienses



agradecemos a elas a divulgação da festa e da cidade. O resto é pura dor de cotovelo”. (depoimento edição 2000).

As opiniões acirradas sobre o assunto aparecem em diversos momentos na pesquisa. Críticas ao trânsito que vira um caos nos dias de desfile; aos valores cobrados para acessar os pavilhões da Festa da Uva, onde acontece a exposição de produtos, realização de shows e degustação da fruta; aos investimentos feitos na festa (que acontece a cada dois anos) e não nos bairros que precisam de atenção permanente; que revelam muitas vezes a sensação de não-pertencimento ao contexto (Festa da Uva, italianidade) por parte de alguns leitores. “Parabéns ao prefeito pelas obras nos Pavilhões da Festa da Uva. O estacionamento, além de matar o lazer de muitos, será ocupado a cada dois anos, enquanto na Rua Eduardo Bozza, enfrenta há mais de 30 anos uma poeira insuportável”. (depoimento edição 1996) E ao mesmo tempo, surgem os defensores orgulhosos de sua cultura e de sua cidade, como esse exemplo da Festa de 2006. “Estamos unidos pelas mesmas lutas, história, adversidades e vivências. Somos todos, independente de etnias, descendentes de desbravadores, heróicos empreendedores que fizeram de Caxias um lugar ímpar.” (depoimento edição 2006). Depoimentos como esse apontam para algo que extrapola a Festa da Uva. Um sentimento de “caxienseidade”. Orgulho não da festa, mas sim da cidade onde se vive; orgulho não da cultura italiana, mas do povo que ajudou a construir a Caxias do Século XXI.

E essa é uma das respostas que a pesquisa encontrou. Apesar das diferenças, que ainda existem e estão sendo confrontadas a cada edição do evento, a busca da reconstrução de identidade para a Festa da Uva está despertando na população um novo olhar sobre a cidade em que vive e orgulho dos moradores que contribuem para o desenvolvimento do Município. Sentimento que vai além da festa e revela que um entendimento maior é possível. Não uma unanimidade, pois, com Hall defende, as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

AMARAL, RITA. **Festa à Brasileira – Sentidos do festejar no país que “não é sério”**. Fonte digital: Documento da autora. Disponível em www.ebooksbrasil.com/eLibris/festas.html. Acesso em 26 de fevereiro de 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.



BARRETTO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**. 2ª Edição. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

_____. Relações entre Visitantes e Visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos. **Revista Turismo em Análise**, v.15 n.2, p.133-149, novembro 2004.

BOURDIEU, Pierre. A identidade e a representação: elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região. In: **O Poder Simbólico**, p. 107-132. Tradução Fernando Tomaz. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

FESTA DA UVA. Site de divulgação da Festa da Uva na internet. Disponível em: www.festanacionaldauva.com.br. Acesso em 20 de março de 2008.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo. Turismo e Etnicidade. *Horizontes Antropológicos*. Vol. 9, nº 20, p. 141-159. Outubro de 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 9ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

IBGE. Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística na internet. Disponível em: www.ibge.org.br

MARTINS, Clerton. **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Rocco, 2003.

MOSCOVICI, Serge. **A representação da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

RIBEIRO, Cleodes Maria Piazza Julio. **Festa e Identidade – Como se fez a Festa da Uva**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

SALES, Fabiana de Lima. **A Educação Patrimonial e o Turismo: O caso da Aula no Museu do Museu Municipal de Caxias do Sul/RS**. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2005.

SANTOS, Valmir dos. **Turismo de Eventos em Caxias do Sul: A influência dos eventos de lazer e dos eventos de negócios no desenvolvimento do turismo local**. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2003.

SILVA, Tomaz Tadeu (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais**. 4ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.



ZOTTIS, Alexandra Marcela. **A Contribuição dos Cartazes da Festa da Uva na Construção da Imagem Turística de Caxias do Sul.** Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2003.