

Turismo e a Relação Cultural da Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas e da Fenamarco de São Marcos (RS)

Fabrizio Fontana Michelin, Marlei Salete Mecca, Juliana Raquel de Souza Luchesi

RESUMO

A sustentabilidade (econômica, ambiental e sociocultural) das regiões recebe contribuições significativas de atividades que promovem o Turismo. São várias as possibilidades de Turismo, de lazer, eventos e negócios, cultural, rural, esportivo, religioso, dentre outros. No município gaúcho de São Marcos, um dos maiores atrativos turísticos é a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas. Diante do exposto a pesquisa buscou analisar a relação cultural da Festa da Nossa Senhora de Aparecida e dos Motoristas e a Fenamarco, trazendo a luz algumas percepções dos moradores obtidas a partir de dados coletados através de questionário. Partindo do referencial teórico, foi desenvolvido uma pesquisa descritiva-exploratória de campo, com utilização de questionário. Foi possível identificar que a festa ajuda na preservação da cultura da cidade e com isso reforça a identidade do caminhoneiro, mas também de que os aspectos relacionados a religiosidade ainda estão presentes. Ainda, os residentes apontam que o evento altera as rotinas normais da cidade. A festa mantém seu objetivo original que é a demonstração da fé da comunidade, a proteção do divino, a valorização dos caminhoneiros, a união do povo são-marquense por meio de Nossa Senhora Aparecida.

Palavras-chave: Turismo. Cultura. Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas. São Marcos/RS.

1 INTRODUÇÃO

O Turismo tem se constituído como atividade econômica, social e cultural em muitos países, regiões e cidades, em destaque quando desenvolvido de forma organizada, planejada e sustentável, se transformando como a principal atividade de muitas localidades (BENI, 2012). Ao comparar o Turismo como disciplina científica com outras ciências como: Direito, Medicina e Engenharia, pode-se dizer que é de certa forma recente, merecendo assim, cada vez mais um olhar atento das universidades, instituições, setor público e setor privado. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2018), um entre dez empregos no mundo são gerados pelo Turismo. Assim, torna-se uma alternativa de atividade econômica, social e cultural no combate às desigualdades sociais, na inclusão social, na geração de oportunidades para empreendedores, na qualificação da mão de obra local, no respeito pelas trocas culturais e para um melhor entendimento da própria cultura e história local.

O Turismo se constitui como uma atividade que é interdependente e apresenta relações com vários outros setores econômicos, também sendo interdisciplinar desde a sua organização, planejamento, marketing até a execução (BENI, 2012). Pode ser considerado como um setor econômico sustentável, desde que pensado dessa forma no seu início, além da importância da sustentabilidade ambiental, econômica e cultural, é importante levarmos em consideração a análise dessa situação nos âmbitos locais e regionais. Na relação com o turista, é importante se destacar a qualidade e satisfação dos serviços prestados, assim como, a relação com o morador e a qualidade de vida da população local (TOMAZZONI, 2009).

Existe um certo esforço por parte do poder público nos últimos anos em planejar, organizar e incentivar o Turismo no Brasil (MTUR, 2018), não se relacionando de maneira facilitada devido ao grande território, a pluralidade de culturas, as diversidades sociais e as

relações econômicas brasileiras ainda muito presas às questões industriais. Outro fator limitador são os orçamentos municipais, estaduais e federal para o Turismo, num país com grandes desigualdades sociais e econômicas existe outras prioridades dentro das administrações públicas, no Turismo, os resultados teriam resultados geralmente à médio e longo prazo (MTUR, 2013).

Outro ponto importante é que na maioria dos municípios não existe dados e números que comprovem a representação turística, como quantidade de turistas no período, sazonalidade, gastos por turistas e número de leitos na hotelaria, assim como, algumas vezes os números e dados estão misturados com outras atividades econômicas como, por exemplo, comércio, serviço, dentre outras.

Nesse contexto, São Marcos é município do estado Rio Grande do Sul, que faz parte da Região da Uva e do Vinho, assim como outros 46 municípios (SERRA GAÚCHA, 2019), tendo sido consagrada como a “Terra do Caminhoneiro”. O município conta com um hotel e duas pousadas para atendimento turístico, os demais equipamentos turísticos são os serviços de apoio ao turista, localizado na Secretaria da Cultura, Desporto e Turismo, o Parque Municipal Prefeito Albino Antônio Ruaro e o Centro Recreativo e Cultural Alexandre Zaniol. Os atrativos turísticos do município são: o Monte Calvário, Igreja Matriz e Gruta, Praça Dante Marcucci, Museu Paroquial Padre Osmar Possamai, Casa do Artesão, Linha Tuiuti, Ponte Rio das Antas e o Vale do Rio São Marcos (PREFEITURA DE SÃO MARCOS, 2019). Quanto às vinícolas são seis, sendo elas: Vinícola e Restaurante Sinuelo, Vinícola Monte Sant’ana, Vinícola Catafesta, Sucos Don Celesto, Vinícola Rizzo e a Vinícola Meneguzzo.

Dessa maneira, o maior atrator de Turismo para o município ainda é a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas que está na sua 49ª edição, no ano de 2020, recebendo no ano de 2018 o número estimado de 45 mil visitantes durante os nove dias do evento (PEDROTTI, 2019). O maior fluxo de visitantes se dá no último final de semana do evento, no qual é visível a quantidade de pessoas que vistam o Parque de Exposições, que circulam nas ruas da cidade, no comércio, nos bares, restaurantes, hotéis, além disso, existe uma programação específica para os visitantes e a comunidade em geral como: almoço para os motoristas, desfile de caminhões pelas ruas da cidade, novenas, procissão motorizada em homenagem à Nossa Senhora Aparecida.

A festa tem na sua tradição a relação com um povo católico, diretamente ligada a fé e religiosidade. A imagem de Nossa Senhora Aparecida é mantida na gruta da Igreja Matriz de São Marcos durante todo ano, somente é retirada de seu local no domingo da procissão para abençoar e proteger os motoristas, sendo essa a principal marca da festa. Os motoristas são em sua maioria caminhoneiros, a presença da imagem de Nossa Senhora está presente desde o início da festa em 1972. Segundo Possamai (2007) a vinda da imagem *fac-símile* (réplica) da santa veio do Santuário de Aparecida em São Paulo no ano de 1972, sendo uma solicitação dos motoristas devido ao alto número de acidentes com caminhoneiros entre os anos 1960 e início de 1970.

Diante do exposto essa pesquisa buscou analisar a relação cultural da Festa da Nossa Senhora de Aparecida e dos Motoristas e a Fenamarco, trazendo a luz algumas percepções dos moradores obtidas a partir de dados coletados através de questionário. Partindo do referencial teórico, foi desenvolvido uma pesquisa descritiva-exploratória de campo, com utilização de questionário.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TURISMO

Para Acerenza (2002), é difícil criar um conceito unânime e isolado sobre o Turismo,

haja visto a relação que existe com outras disciplinas. Muitas vezes, se discute, se o Turismo é uma indústria ou serviço, já que para a ciência econômica é evidentemente parte dos serviços, sendo apenas um conceito parcial, válido para essa disciplina, mas que sob outra ótica pode não ser relevante. Assim, o conceito de Turismo varia de uma disciplina para outra, podendo ser incorporado mais de um para determinada pesquisa.

De acordo com o Plano Nacional de Turismo (MTUR, 2018), o Turismo impacta mais de cinquenta segmentos da economia, por parte da oferta estão “[...] o ecoturismo, turismo de aventura, cultural, rural, náutico, de sol e praia, de negócios e eventos, de estudos e intercâmbio, de esporte, de pesca e de saúde.” (p. 94), assim como as estruturas básicas, como: os meios de hospedagens, agências de viagens, guias de turismo, aeroportos, rodoviárias, restaurantes, parques temáticos, eventos e feiras, entre outros. Esses últimos com grande carência de pesquisa e estudos sobre os impactos e desempenho (MTUR, 2018).

Para a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2001), o Turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas estadas, bem como, as relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócio e outros. Conceito esse bem discutido e difundido nas pesquisas em Turismo, por conter termos questionáveis quanto a hospedagem, tempo de permanência e motivações.

Beni (2008) define Turismo como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço, influenciado por fatores de realização pessoal, social, econômico, cultural e ambiental, entre outros aspectos. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos, espontâneos ou dirigidos, ao compreender a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações, além dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. Nesse sentido, o turista é o sujeito que consome, seja o produto dito turístico, seja o cotidiano, os locais não turísticos.

Portanto, o turista pode ser, o viajante que permanece mais de 24 horas no local e usufrui dos equipamentos turísticos a ele destinados, mas também o visitante temporário, que permanece menos de 24 horas no local visitado. Ambas as conceituações de turista, nos levam a considerar o turista como cidadão (GASTAL; MOESCH, 2007), em destaque o turista interno de um país, aquele que usufrui e vivencia sua própria localidade, em eventos e festas, consumindo os produtos e atrativos que a própria cidade pode oferecer, ou seja, o turista pode e deve ser considerado também pelo viés do próprio morador.

2.2 FESTA: CONCEITOS

As festas podem ser consideradas como momentos que possibilitam integração entre famílias, empresas e comunidades, e que servem para a consagração de rituais, sejam eles nascimentos, casamentos, aniversários, funerais, presentes em práticas religiosas ou não, momentos de convívio e recepções ou fechamentos de momentos importantes. Mas também festas estão marcadas por sentimentos e subjetividades de cada comunidade, podendo estar ligadas ao religioso, ao desenvolvimento tecnológico, econômico e/ou científico.

Na atualidade, as festas foram reduzidas à dimensão do lazer e do consumo, portanto, associadas aos serviços e ao Turismo. Elas funcionam como ferramentas que possibilitam o desenvolvimento e o equilíbrio econômico para as localidades que exploram o Turismo como fator de atrair um público diferenciado. Pois, abrem oportunidade para promoção de produtos e serviços característicos regionais, e proporcionam que, tanto órgãos públicos como empresas e a comunidade, possam divulgar sua destinação por meio de um momento de descontração e cultura para os visitantes (GASTAL, 2005).

Assim na contemporaneidade, as festas induzem um novo pensar associado a ideia de

fuga do cotidiano, como modos de alegria e desfrute de um evento planejado, colocado primariamente como um produto de mercado, como parte de um extravasamento social e individual, incluída a expressão de uma cultura local (GASTAL; MACHIAVELLI; GUTERRES, 2013). Esse hábito e comportamento fazem parte da expressão cultural do município, sendo relacionado com modos de viver no urbano e no rural, ligado a festas religiosas, rituais e/ou cultos sociais. Tal associação se daria nas definições das principais festas locais, principalmente em municípios de economia agrícola, mesmo quando estas aconteçam na cidade (GASTAL; MACHIAVELLI; GUTERRES, 2013).

Segundo Bueno (2008), as festas podem ser utilizadas como estratégias para os municípios, uma vez que podem ser consideradas como forma de estímulo para a geração de empregos e renda. As festas contam com a participação da comunidade que tem a oportunidade de expor seus produtos e serviços e comercializá-los para os visitantes, o que possibilita a promoção da cultura aliada ao desenvolvimento econômico. Desde a criação de políticas para incentivo à realização de festas temáticas, os municípios passaram a ter mais autonomia em relação à forma de movimentação de investimentos e pessoas em suas localidades. As festas são consideradas como oportunidades para as comunidades que desejam divulgar e comercializar seus alimentos, costumes e história, sendo uma opção para suprir necessidades e carências de suas regiões por meio do Turismo (GASTAL, 2005).

Embora o resgate histórico, por meio das festas, seja uma estratégia para atração de visitantes, Amaral (1998) reforça a importância do processo de inovação em eventos culturais. O autor destaca que o olhar voltado para o contexto social e econômico no qual as festas acontecem pode ser fator de escolha para o visitante que deseja conhecer a localidade e sua história, mas ao mesmo tempo encontrar ferramentas e facilidades do mundo moderno. As festas são consideradas como patrimônios culturais de uma comunidade ou região, e as mesmas não são representadas somente por seus bens tangíveis, mas também por sua história e sua continuidade que é passada de geração em geração (SANTOS, 2003). Os bens culturais relacionados às festas estão ligados com a preservação de referências importantes para o coletivo, que podem ser traduzidas por meio da valorização cultural, costumes e tradições, o que na percepção dos turistas pode ser fator de decisão para visitação.

Considerando a Serra Gaúcha, percebe-se que desde a chegada dos imigrantes europeus na região, as festas foram momentos que marcaram as comunidades. Entre as principais contribuições, das festas temáticas, estão relacionadas: a promoção da atividade turística; a integração social entre os participantes; e a oferta de produtos gastronômicos e culturais, muito relacionada com as características de cada povo e seus costumes (GASTAL; MACHIAVELLI, 2012). A festa está associada ao Turismo, na Serra Gaúcha, desde 1931, quando foi realizada a primeira Festa da Uva em Caxias do Sul. As comunidades alemãs e italianas, originadas dos principais fluxos de migrantes que se instalaram no sul do Brasil ao longo do século XIX, receberam como legado o cultivo da festa como forma de celebrar, comemorar e divertir. Momentos que no mundo colonial tinham o lazer em contraponto às rotinas de trabalho, situação que, em muitos casos, ainda está presente nas zonas rurais (BACCON; GASTAL; NEGRINE, 2008).

Conforme Baccon (2009), as festas populares são eventos indutores da prática do lazer, da qual o Turismo se beneficia, e podem ser analisadas pelo menos sob duas perspectivas, sem que uma anule a outra, pelo contrário, se complementem. Uma das perspectivas é a festa como atrativo de lazer importante para a comunidade local e para pessoas que vivem no entorno. Outra perspectiva é a consolidação da festa; com o passar das edições, se mostrar adequado ao gosto das pessoas, ela tenderá a atrair maior número de visitantes de outros locais, trazendo ganhos consideráveis à comunidade que a promova. Enquanto a comunidade local tem a festa também como uma alternativa de lazer, o visitante é atraído ao evento para apreciar a cultura local, se deslocando de seu lugar de origem para desfrutar da celebração e aproveitar o tempo

livre.

Pode-se pensar que pelo Turismo se constituir como uma atividade que abarca a dimensão holística, seja de um evento, cidade e/ou região, nenhum indicador deve ser deixado de lado na sua análise, mesmo que *a priori* isso pareça impossível. A relação com o visitante-morador se torna ainda mais difícil de ser analisada quando se pensada por todas essas variáveis. Portanto, para essa pesquisa busca-se a aproximação mais significativa e aprofundada da dimensão cultural das festividades, numa relação ainda complicada por não haverem pesquisas sobre, mas também na tentativa de entender elas na sua completude. Conceitualmente, a dimensão cultural relaciona as possíveis atenções do turista e do morador, realçando outras dimensões, sejam elas, o econômico, o social e/ou o ambiente. Por isso, a importância em avaliar a percepção do morador nessa relação, para então pensar o turista e até mesmo como futuramente se dará as novas edições.

2.3 TURISMO EM SÃO MARCOS/RS

Em 1864, Antônio Machado de Souza foi autorizado a abrir uma estrada que ligasse Montenegro a São Francisco de Paula. Ele subiu a encosta do planalto, realizando numa viagem perigosa encontrando frequentes testemunhos de índios que habitavam a região. Antônio Machado atingiu as “Campinas verdes de São Francisco de Paula de cima da Serra”, pelo rincão de São Marcos, no fundo da invernada então pertencente ao senhor Oliveira Pedroso (PREFEITURA DE SÃO MARCOS, 2019). Assim se deu a penetração no território que, mais tarde, se chamaria “São Marcos Dei Polachi”.

Em 1883, chegaram os primeiros imigrantes e, dois anos depois, organizava-se oficialmente a Comissão de Terras destinada a distribuir glebas aos recém-chegados e a orientá-los nas atividades que iriam desenvolver. Povoado por italianos, em 1885 e a seguir por poloneses, em 1891, também já existiam na região muitos portugueses (peões de fazenda, capatazes, aventureiros e mesmo agricultores açorianos vindos de São Paulo). Os negros também marcam sua presença na formação do povo são-marquense, principalmente na região conhecido como “campo”, próximo ao Juá e ao Rincão. O município de São Marcos como é conhecido hoje pertencia a São Francisco de Paula até 1921, quando neste ano, anexou-se a Caxias do Sul. Entre os anos de 1917 a 1923, o município de Caxias do Sul construiu uma estrada ligando São Marcos (Pedras Brancas) com a sede. Vários agricultores se instalaram em Pedras Brancas e iniciou-se o ciclo da madeira neste local. A partir de 1930 aparecem os primeiros caminhões e os carreteiros. Em 09 de outubro de 1963, São Marcos deixa de ser distrito de Caxias do Sul e passa a ser município (PREFEITURA DE SÃO MARCOS, 2019).

Segundo Possamai (2007), a história do caminhão em São Marcos se iniciou na década de 1920 com a compra de um Ford Bigode pelos sócios Antonio Pessini e Felix Marquesi, após essa aquisição muitos outros motoristas adquiriram caminhões e começaram a consolidar a atividade do transporte na econômica da cidade. Ainda segundo o autor, a década de 1940 foi caracterizada pelos reboques que transportavam madeira de Sananduva, Lages, Lagoa Vermelha, Erechim, dentre outros municípios, para Porto Alegre, Caxias do Sul, Farroupilha e São Sebastião do Caí.

A década de 1950 teve grande importância do desenvolvimento da atividade do transporte em São Marcos, a nível nacional, houve um grande desenvolvimento da indústria automobilística, e a nível local, o asfaltamento da BR 116 que passa pelo município. Esses fatores fizeram com que muitos comerciantes, industriais e até mesmo agricultores dessem a entrada financeira para comprar os veículos e o restante do financiamento fosse pago pelos próprios fretes dos caminhões. Foi muito comum na cidade, na medida em que os caminhões fossem pagos, novos iam sendo adquiridos, o que deu início a muitas frotas de caminhão, dentre as marcas mais adquiridas foi a Scania, fato que ainda hoje São Marcos é conhecida como

“Cidade Scania” (RIZZON; POSSAMAI, 1987).

O município de São Marcos se localiza na encosta superior do nordeste do Rio Grande do Sul, a uma distância de 155 km de Porto Alegre, capital do estado e a 36 km da cidade de Caxias do Sul, maior cidade da região. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), em 2018 a estimativa da população é de 21.449 habitantes. Segundo o site oficial do município (PREFEITURA DE SÃO MARCOS, 2019), São Marcos é o 1º município do Estado pelo rendimento médio de Uva, o 2º maior produtor de alho do Estado e o 10º maior produtor de uva do Brasil com 24 milhões de quilos, produzindo mais de 34 milhões de litros de vinhos, sucos e derivados. É ainda um importante polo econômico da indústria metalúrgica, moveleira, vitivinícola e de transportes.

Quanto ao transporte de cargas, São Marcos é a cidade brasileira com o maior número de caminhões *per capita*. E para reforçar essa marca que o município sempre ostentou, foi aprovado o projeto de Lei Estadual 192/2015, na qual declara o município de São Marcos a “Capital dos Caminhoneiros no Estado do RS” e inclui a Festa dos Motoristas no Calendário Oficial de Eventos do RS. Turisticamente, o município faz parte da Região da Uva e do Vinho, assim como outros 46 municípios (SERRA GAÚCHA, 2019). Conta com um hotel e duas pousadas para atendimento turístico, totalizando 110 unidades habitacionais, os demais equipamentos turísticos são os serviços de apoio ao turista, localizado na Secretaria da Cultura, Desporto e Turismo, o Parque Municipal Prefeito Albino Antônio Ruaro e o Centro Recreativo e Cultural Alexandre Zaniol. Os atrativos turísticos do município são: o Monte Calvário, Igreja Matriz e Gruta, Praça Dante Marcucci, Museu Paroquial Padre Osmar Possamai, Casa do Artesão, Linha Tuiuti, Ponte Rio das Antas e o Vale do Rio São Marcos (PREFEITURA DE SÃO MARCOS, 2019). Quanto às vinícolas são seis, sendo elas: Vinícola e Restaurante Sinuelo, Vinícola Monte Sant’ana, Vinícola Catafesta, Sucos Don Celesto, Vinícola Rizzo e a Vinícola Meneguzzo.

2.4 FESTA DE NOSSA SENHORA APARECIDA E DOS MOTORISTAS E FEIRA DE TRANSPORTES, INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE SÃO MARCOS (FENAMARCO)

No ano de 1962 foi realizado em São Marcos, através da classe dos motoristas o Primeiro Congresso dos Motoristas, nos dias 8 e 9 de dezembro. A ideia era fundar uma cooperativa dos transportadores de cargas, a ideia não deu certo, porém anualmente os motoristas continuavam a se encontrar sempre por ocasião da festa de Nossa Senhora da Conceição. Assim começou a festa, segundo Rizzon e Possamai (1987).

No ano de 1972, um grupo de motoristas foi procurar o Padre David Piccoli devido ao elevado número de acidentes fatais que com frequência estavam acontecendo com os motoristas de São Marcos. No mesmo ano por intermédio do Padre David veio da Basílica Nacional de Aparecida uma imagem fac-símile de Nossa Senhora Aparecida. Em 09 de outubro de 1972, sob forte chuva a imagem chegou em São Marcos, uma procissão de veículos acompanhou a chegada da imagem até em frente à Igreja Matriz, assim como uma multidão de pessoas aguardavam para receber as bênçãos da “Santinha” (RIZZON; POSSAMAI, 1987).

Desde então, anualmente é realizada a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas que no ano de 2018 se encontra na 47ª edição e na 2ª edição da Fenamarco – Feira de Transporte, Indústria e Comércio de São Marcos, na qual foi aplicada e é o objeto empírico dessa pesquisa. No ano de 2019, aconteceu a 48ª edição das festividades no mês de outubro. No ano de 2020 realizou-se a 49ª Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas, no entanto, devido a pandemia da Covid-19 não foi realizada a Fenamarco. A programação do evento foi reduzida somente a parte religiosa, em um único final de semana. Respeitando todos os protocolos de segurança devido a pandemia.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Partindo do referencial teórico, foi desenvolvido uma pesquisa descritiva-exploratória de campo, com utilização de questionário. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva utiliza técnicas padronizadas de coletas de dados com o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno ou relação entre variáveis. Podem ser estudadas as características de um grupo segmentado por: idade, sexo, escolaridade, renda, dentre outros. Para o autor, o levantamento de campo se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento de deseja conhecer. Mediante essa análise quantitativa obtêm-se as conclusões correspondentes dos dados coletados. O levantamento de campo se caracteriza por levantar dados por amostragem, é pesquisada parte de uma população, na qual essa fração representa todos os integrantes da população. Ainda para Gil (2008), o questionário é uma técnica de investigação composta por questões que tem o objetivo de saber do entrevistado informações sobre crenças, sentimentos, valores, aspirações, temores, dentre outras questões.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), a população estimada para São Marcos é de 21.556 pessoas, portanto para definir o número de respondentes dos questionários foi feito uma pesquisa de cálculo amostral junto a plataforma Survey Monkey, definindo 95% o nível de confiança e a margem de erro em 5%, com base nessas informações chegou-se ao número de 378 questionários. A aplicação da pesquisa ocorreu entre os dias 01 e 11 de setembro de 2018. Foram coletadas 339 respostas por meio da plataforma do Google Forms e 40 questionários respondidos de forma manual em um colégio público da cidade de São Marcos, no dia 10 de setembro de 2018, totalizando o número de 379 respostas. No entanto, irá se considerar somente as respostas válidas.

Como instrumento de pesquisa utilizou-se como base o questionário adaptado a partir do trabalho de Fiuza, Zucco e Pereira (2016), onde se buscava identificar uma escala de medida sobre os impactos gerados por festivais, a partir da percepção dos residentes de Santa Cruz do Sul (RS), através de uma análise fatorial exploratória, e a percepção dos moradores quanto às mudanças na cidade causadas em função da Oktoberfest.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

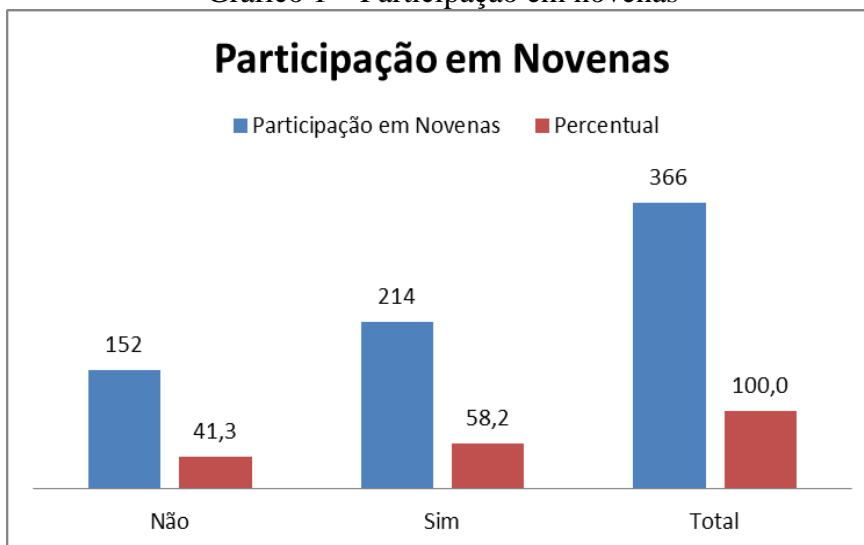
O perfil predominante dos respondentes da pesquisa é masculino, com mais de 40 anos, ensino médio completo, casado, de 1 a 3 salários mínimos, e residente a mais de 20 anos no município. Esse perfil macro demarca duas situações: [1] que o público respondente tem mais de 40 anos, ou seja, corroborando ao elencado pelo IBGE (2019) na pirâmide etária do município; e [2] que os moradores residem a mais de 20 anos no município, também colocando em destaque o fato de maior parte do público ter 40 ou mais.

Partindo desse perfil macro, analisa-se aqui duas questões específicas: [1] a participação nas novenas e na procissão e motivação para participar da festa; e [2] se a festa colabora na preservação da cultura são-marquense. Com base nessas questões retoma-se a questão de no ano de 2020 não ter ocorrido a festa como um todo, ou seja, shows, evento comercial e empresarial, jogos de futsal, e etc., apenas ter ocorrido a parte religiosa da festa. Isso significa que a festa teve que reinventar os seus formatos, ou seja, neste ano aconteceu as transmissões on-line das celebrações religiosas ocorridas na Igreja Matriz da cidade. A benção dos caminhões, carros e motos foi mantida, porém, em trajeto reduzido e com menor número de veículos.

Como recorte proposto, é trazido aqui os dados da pesquisa em 2019, analisando a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motorista e Fenamarco de 2018 com base na dimensão cultural. O primeiro deles a participação em novenas, onde foram validadas 366 respostas. Dentre os entrevistados 152 pessoas, ou seja, 41,3% não participam das novenas, enquanto 214

entrevistados, ou seja, 58,2% do total participam das novenas. Essa amostragem também está entrelaçada com a faixa etária dos entrevistados na Tabela 1.

Gráfico 1 – Participação em novenas



Fonte: autor (2019).

Total de questionários: 366

Tabela 1 – Relação faixa etária *versus* participação nas novenas

Idade	Participação nas novenas		Total respostas
	Sim	Não	
Até 20 anos	16	21	37
(%)	(43,2%)	(56,8%)	(10,1%)
21 a 30	45	47	92
(%)	(49%)	(51%)	(25,1%)
31 a 40	67	42	109
(%)	(61,5%)	(38,5%)	(29,8%)
Mais de 40	86	42	128
(%)	(67%)	(33%)	(35%)
Total	152	214	366

Fonte: autor (2019).

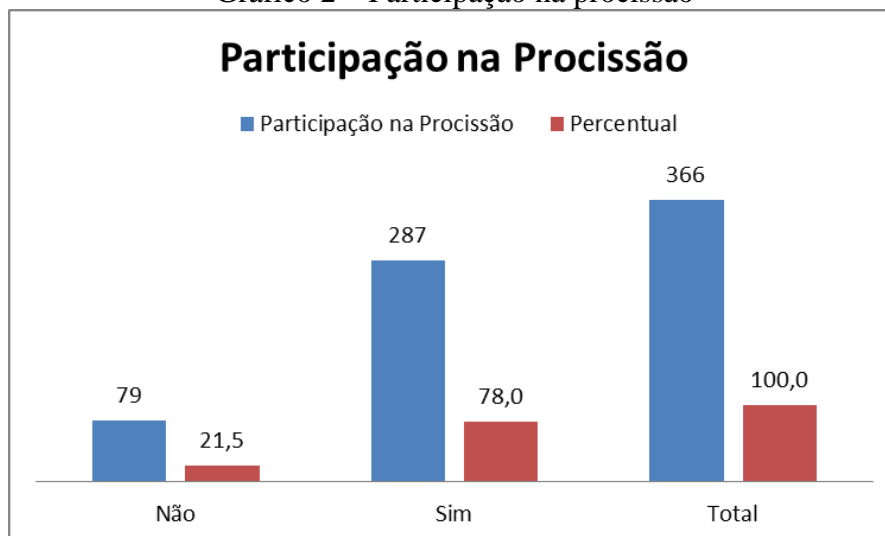
Total de questionários: 366.

É possível inferir que novamente a maior participação nas novenas está na faixa de 40 anos ou mais, seguido da faixa de 31 a 40 anos. Nessa relação, a participação da comunidade nas novenas mostra-se relevante, ressaltando o sentimento de religiosidade da festa e do próprio município. Na edição do evento do ano de 2020 não houve novenas, realizou-se apenas missas no único final de semana do evento. As missas seguiram todos protocolos de segurança, sendo também transmitidas pela internet via página do Facebook da Paróquia Municipal de São Marcos. Se por um lado o número de fiéis foi reduzido devido as normas de segurança e distanciamento social, por outro lado, mais pessoas puderam acompanhar de forma *on-line* as missas transmitidas durante o evento

Em próxima análise, referente a pesquisa realizada no ano de 2019 em relação a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motorista e Fenamarco de 2018 analisou-se a procissão que ocorre no domingo, o principal dia da Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas. Participam da procissão caminhões, carros, motos tendo início às 07 horas da manhã, saindo da comunidade de São Cristóvão em direção à Igreja Matriz da cidade, o percurso tem cerca de 5

km. Anualmente mais de 5 mil veículos participam da procissão, terminam o trajeto recebendo as bênçãos dos padres em frente à Igreja Matriz. Às 12 horas é celebrada uma missa na Igreja Matriz. Foram validadas 366 respostas. Dentre os entrevistados 79 pessoas, ou seja, 21,6% não participam da procissão, enquanto 287 pessoas, ou seja, 78% do total participam na procissão. Essa amostragem também está entrelaçada com a faixa etária dos entrevistados na Tabela 2.

Gráfico 2 – Participação na procissão



Fonte: autor (2019).
Total de questionários: 366.

Tabela 2 – Relação da faixa etária *versus* participação na procissão

Idade	Participação na procissão		Total respostas
	Sim	Não	
Até 20 anos	18	19	37
(%)	48,5%	51,5%	(10,1%)
21 a 30	80	12	92
(%)	87%	13%	(25,1%)
31 a 40	88	21	109
(%)	80,7	19,3%	(29,8%)
Mais de 40	101	27	128
(%)	78,4%	21,1%	(35%)
Total	287	79	366

Fonte: autor (2019).
Total de questionários: 366.

Aqui novamente se mostra que a participação do público da pesquisa centra-se na faixa de 40 ou mais, apesar de existirem números expressivos dos 21 anos até 40 anos. Na edição do ano de 2020 foi realizada a procissão e bênção dos veículos. Houve alteração e redução do roteiro. Segundo a organização do evento o número de veículos que participaram na procissão foi cerca de 50% da média dos de eventos anteriores. Mesmo assim, a situação demonstra a ligação da comunidade e da festa com a fé e a religiosidade. A presença de um significativo número de motoristas de caminhão no ano de 2020 reforça a forte identidade do município com estes profissionais.

De acordo com a pesquisa realizada em 2019 referente ao evento de 2018. Os motivos para participar dos eventos organizados pela festa, foram elencados e podendo o entrevistado assinalar mais de uma alternativa. Dentre os principais motivos que levam as pessoas a

participar da Festa de Nossa Senhora Aparecida são: por negócio, 56 pessoas, ou seja, 15,3%. Por fé/religião 199 pessoas, ou seja, 54,2%. Por lazer, 279 respostas, ou seja, 76% e por algum outro motivo foram 54 respostas, ou seja, 14,7%. Na Tabela 3, foi entrelaçado a faixa etária e os motivos.

Gráfico 31 – Motivos a participar do evento



Fonte: autor (2019).

Total de questionários: 367.

Tabela 3 – Faixa etária *versus* motivos de ir à festa e Fenamarco

Idade (anos)	Motivos				Total de questionários
	Lazer	Fé/Rel.	Negócio	Outro	
Até 20 (%)	31 (8,5%)	24 (6,6%)	8 (2,2%)	5 (1,4%)	38 (10,4%)
21 a 30 (%)	62 (17%)	47 (12,9%)	13 (3,6%)	14 (3,8%)	90 (24,7%)
31 a 40 (%)	84 (23%)	61 (16,7%)	14 (3,8%)	13 (3,6%)	109 (29,9%)
Mais de 40 (%)	101 (27,7%)	65 (17,8%)	20 (5,5%)	20 (5,5%)	128 (35%)
Total	278	197	55	52	365

Fonte: autor (2019).

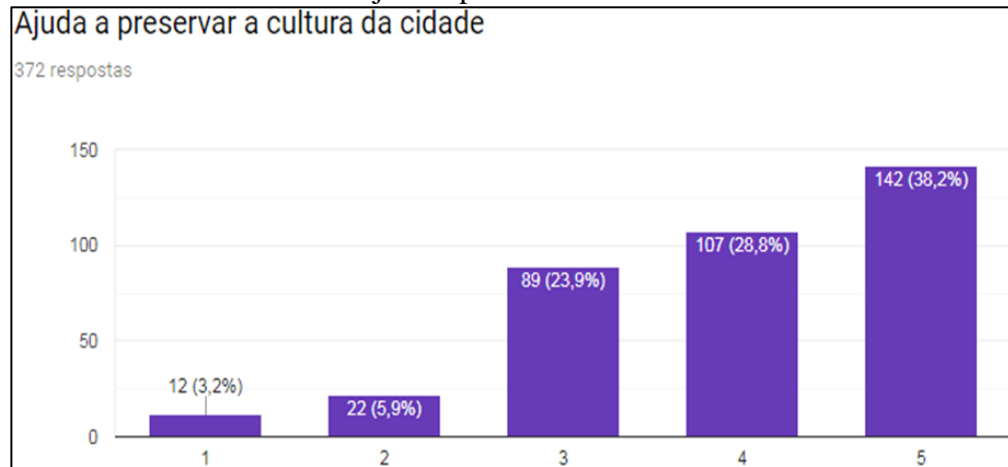
Total de questionários: 365.

Pode-se notar que o motivo de lazer está em primeiro lugar nas motivações de visita aos eventos organizados pela festa, seguido da fé e religiosidade. O que permite inferir que exista carência nos atrativos de lazer e consumo no município ofertados aos moradores, assim como que o público de mais de 40 anos também é o público que sente maior essa carência. A questão da fé e da religiosidade tem se mostrado de impacto para a festa, até mesmo nos eventos que são organizados para além do religioso.

Ainda de acordo com a pesquisa realizada em 2019 referente ao evento de 2018. Para as próximas duas questões foram usadas a escala que vai de Péssimo, representado pelo número 1, Ruim representado pelo número 2, Regular representado pelo número 3. Bom representado pelo número 4 e Ótimo representado pelo número 5. No Gráfico 4 apresenta-se a relação de preservação da cultura da cidade, que está intrinsecamente ligada ao Gráfico 5 que levanta a

questão de se a festa reforça a identidade do caminhoneiro.

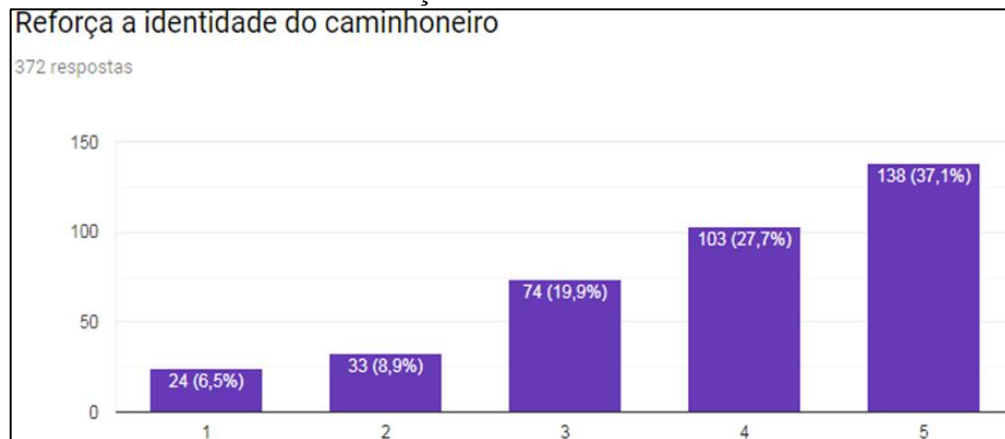
Gráfico 4 – Ajuda a preservar a cultura na cidade



Fonte: autor (2019).
Total de questionários: 372.

Foram validadas 372 respostas. Dentre os que discordam totalmente foram 12 respostas, ou seja, 3,2% do total. Os que discordam foram 22 respostas, ou seja, 5,9%. Dentre os que nem concordam e nem discordam foram 89 respostas, ou seja, 23,9% do total. Dentre os que concordam e acreditam que a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas ajuda a preservar a cultura da cidade são representados por 107 entrevistados, ou seja, 28,8% do total e os que concordam totalmente correspondem a 142 pessoas, ou seja, 38,2% do total.

Gráfico 5 – Reforça a identidade do caminhoneiro



Fonte: autor (2019).
Total de questionários: 372.

Foram validadas 372 respostas. Dentre os que discordam totalmente foram 24 respostas, ou seja, 6,5% do total. Os que discordam foram 33 respostas, ou seja, 8,9%. Dentre os que nem concordam e nem discordam foram 74 respostas, ou seja, 19,9% do total. Dentre os que concordam e acreditam que a Festa de Nossa Senhora Aparecida e dos Motoristas reforça a identidade do caminhoneiro, são representados por 103 entrevistados, ou seja, 27,7% do total e os que concordam totalmente correspondem a 138 pessoas, ou seja, 37,1% do total.

Ambas as questões levantam o número de mais de 60% dos entrevistados concordarem que a festa colabora na preservação da identidade cultural do município, principalmente no que tange ao caminhoneiro, marca da cidade. Embora no ano de 2020 não houve a parte social,

esportiva e de negócios do evento, a programação religiosa aconteceu e marcou mais uma edição do evento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto aos impactos culturais mais percebidos pelos moradores pode-se destacar que 67% concordam ou concordam totalmente que a festa ajuda na preservação da cultura da cidade. De acordo com os moradores 64,8% concordam ou concordam totalmente que o evento reforça a identidade do caminhoneiro e 59,2% concordam ou concordam totalmente que o evento promove orgulho na comunidade. Dentre os respondentes 73,4% concordaram ou concordaram totalmente que o evento altera as rotinas normais da cidade, porém somente 16,9% concordam ou concordam totalmente que o evento cause desconforto aos moradores devido ao aumento do fluxo de pessoas, ou seja, as alterações das rotinas normais são percebidas pelos moradores, no entanto esse desconforto é percebido por apenas 16,9% da comunidade.

Foi possível perceber que os aspectos de religiosidade ainda são muito fortes na festa, isso pode ser justificado pelo número de fiéis que participam nas novenas (58,2%) e procissão (78%). Os residentes percebem que a festa ajuda a preservar a cultura local, tanto pelo viés dos caminhoneiros quanto pelo caráter religioso, que permanece muito vivo nos dias atuais. Mantendo mantém seu objetivo original que é a demonstração da fé da comunidade, a proteção do divino, a valorização dos caminhoneiros, a união do povo são-marquense por meio de Nossa Senhora Aparecida.

Na relação cultural com a pandemia da Covid-19 pode-se perceber que mesmo a parte econômica e de negócios do evento não podendo ser realizada no ano de 2020, o cultural ainda sobrevive e se destaca. A importância de festas que conectam o religioso com as pessoas, em tempos como o atual, é extrema, principalmente para manter a ligação com a comunidade.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Ángel. **Administração do turismo**: conceituação e organização. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

AMARAL, Rita. **Festa à Brasileira Significados do festejar, no país que “não é sério”**. Tese (Doutorado em Antropologia), Departamento de Antropologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

BACCON, Melissa. **Festiqueijo**: cultura, lazer e turismo. Dissertação (Mestrado em Turismo), Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

BACCON, Melissa; GASTAL, Susana de Araújo; NEGRINE, Airton da Silva. A Festa: entre sedentários e nômades. **Anais...** V Seminário ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – Turismo e Hospitalidade em Destinos Urbanos, 2008, Belo Horizonte. São Paulo: Editora ALEPH, 2008.

BENI, Mário Carlos (Org.) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**: desenvolvimento regional, rede de produção e cluster. Barueri, SP: Manole, 2012.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13ª ed. São Paulo. Editora Senac, 2008.

FIUZA, Thamires Foletto; ZUCCO, Fabrícia Durieux; PEREIRA, Melise de Lima. Impactos de Festivais: Aplicação e identidade de medida na Oktoberfest de Santa Cruz do Sul (RS). **Anais...** Seminário da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2016. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/457.pdf>.

Acesso em: 05 dez. 2018.

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

GASTAL, Susana; MACHIAVELLI, Mariana. O olhar do turismo sobre a Serra Gaúcha. p. 75-83. In: GASTAL, Susana (Org.). **Livro comemorativo dos dez anos do Programa de Pós-Graduação em Turismo** – Mestrado da Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul: Educs, 2012.

GASTAL, Susana; MACHIAVELLI, Mariana; GUTERRES, Liliane. Festa Temática: da tradição à modernidade. **Turismo em Análise**, v. 24, n. 2, p. 432-458, 2013.

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

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades – Município de São Marcos**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-marcos/panorama>
Acesso em: 27 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cartilha Mais Turismo**. 2013. Disponível:
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Cartilha_Mais_Turismo_mais_desenvolvimento_2013.pdf. Acesso em: 20 out. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. 2018. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf> Acesso em: 21 nov. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Turismo gera US\$ 5 bilhões de receita todos os dias. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/09/1688832>. Acesso em: 20 out. 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PEDROTTI, Silvio. **Reportagem sobre Fenamarco**. Disponível em:
<http://jornallattualita.com.br/em-sao-marcos-207-expositores-e-publico-de-49-mil-visitantes-garantem-sucesso-da-3a-fenamarco/>. Acesso em: 18 out. 2019.

POSSAMAI, Osmar João. **A História dos caminhoneiros de São Marcos/RS**. Porto Alegre, RS: Suliani Editografia Ltda, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO MARCOS. Disponível em:
<http://www.saomarcos.rs.gov.br/?ir=dadoseconomicos>. Acesso em: 05 out. 2019.

RIZZON, Luiz Antônio, POSSAMAI, Osmar João. **História de São Marcos**. – São Marcos: Ed. dos autores, 1987.

SANTOS, Valmir. **O turismo de eventos em Caxias do Sul**: a influência dos eventos de lazer e dos eventos de negócios no desenvolvimento do turismo local. 2003. 107 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, Caxias do Sul, 2003.

SERRA GAÚCHA. **Região Uva e Vinho**. 2019. Disponível em:
<http://www.serragaucha.com/pt/paginas/a-regiao/>. Acesso em: 15 out. 2019.

TOMAZZONI, Edgar. **Turismo e desenvolvimento regional**: dimensões, elementos e indicadores - Caxias do Sul, RS: Educs, 2009.