

Festa da Uva 2010 - Nos Trilhos da História, Estação da Colheita: os diferentes espaços folkcomunicacionais¹

Oswaldo Meira TRIGUEIRO²

Resumo

Este estudo pretende analisar, mesmo que exploratoriamente, os diferentes espaços folkcomunicacionais da Festa da Uva, evento realizado no período de 18 de fevereiro a 7 de março de 2010 em Caxias do Sul. Caxias é um importante município localizado geograficamente na Região Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul. As festas populares tradicionais são acontecimentos identificadores dos fatos locais, são celebrações das diversas relações sociais vivenciadas por uma comunidade nos seus espaços sagrados e profanos, públicos e privados. A Festa da Uva se insere nesse contexto de festa institucionalizada que no decorrer do tempo vem se tornando um evento com significativa participação popular. Compreender a Festa da Uva no contexto da sociedade globalizada e a coexistência entre as culturas tradicionais e modernas nos diferentes espaços do evento

Palavras-chave: Festa. Cultura. Sociabilidade. Folkcomunicação.

Introdução

A Festa da Uva, realizada de dois em dois anos na cidade de Caxias do Sul, polo econômico e turístico do Estado do Rio Grande do Sul, está localizada numa região também conhecida como "Roteiro da Uva e do Vinho". Com uma população estimada em 2006, de 402.163 habitantes, com PIB de R\$ 8,1 bilhões, equivalente a 5,68% do PIB Estadual, Renda per capita de R\$ 20.485,00, representa 150,4% da média do Rio Grande Sul, é o quarto município em desenvolvimento e fica a 130 quilômetros de Porto Alegre a capital do Estado. A história de Caxias do Sul começa antes dos italianos, quando a região ainda era percorrida por tropeiros, ocupada por índios e chamada "Campo dos Bugres". Os primeiros italianos chegaram à região em 1875, vindos de Olmate, uma província de Milão, era um grupo de apenas 110 imigrantes que se

¹Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - 2010.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Doutor em Ciência da Comunicação pela UNISINOS. Pesquisador da Rede Folkcom. E-mail: meiratrigueiro@gmail.com

instalaram em Nova Milano, atualmente um distrito de Farroupilha e pouco tempo depois já estava em Campos dos Bugres o que é hoje Caxias do Sul. Mesmo com as diversidades locais Caxias do Sul, em 1885, já tinha uma população estimada de 13.818 habitantes. Era sem dúvida uma região promissora, a produção agrícola aumentou e, com a chegada de novos grupos de imigrantes, Caxias do Sul passou a ser um importante polo econômico e cultural do Nordeste do Estado (Fonte: Assessoria de Imprensa da Festa da Uva). Em 1901 era criada a Associação Comercial, uma identidade que defendia os interesses dos comerciantes. No mesmo ano, Caxias do Sul, passa à condição de cidade, é inaugurada a estrada de ferro, possibilitando mais rapidez no escoamento de mercadoria e transporte de passageiros para a capital do Estado e outras regiões, em 1913 a cidade recebe a energia elétrica (ERBES, 2010).

A Festa da Uva é criada em 8 de março de 1931 por um grupo de produtores e comerciantes de vinhos com o objetivo de divulgar na região a qualidade das uvas e dos vinhos da Serra Gaúcha, iniciativa pioneira liderada por Joaquim Pedro Lisboa, o primeiro presidente do evento. Erbes (2010 p. 13-14), referindo-se a Joaquim Pedro Lisboa diz:

Na sede do Recreio da Juventude, onde hoje localiza-se o Círculo Operário Caxiense, ele aguardava a inauguração da chamada Festa da Uva, sem saber que o evento se transformaria na maior festa da Serra Gaúcha no século XX. Com um sorriso no rosto, recebeu o prefeito da cidade Miguel Muratore, e outras autoridades. Como satisfação maior, conferia a chegada de produtores de uva dos distritos caxienses para a mostra.

Portanto, estava institucionalizada a Festa da Uva em Caxias de Sul, que ao longo dos anos foi se transformando em um grande evento, com características próprias marcantes de uma etnia, mas nesses 28 anos de festa vem incorporando valores culturais de outras etnias e valores culturais da sociedade midiaticizada. A Festa da Uva na atualidade é uma demonstração da diversidade cultural brasileira. Portanto é nessa linha de observação que pretendo descrever os campos híbridos entre o tradicional e moderno da Festa da Uva, pois nessas interseções culturais operam os ativistas mediáticos das redes folkcomunicacionais (TRIGUEIRO, 2008).

A sociedade humana sempre realizou festa por alguma coisa ou para homenagear alguém. Sempre foi assim e assim continuam sendo as festas sagradas e profanas, públicas e privadas, institucionais e espontâneas. A festa institucional é criada e realizada por uma ou mais instituições, tem ritual normativo e regulado por uma comissão organizadora e hierarquiza. Geralmente no seu início tem uma baixa participação popular, mas no decorrer do tempo poderá cair no gosto popular e transformar-se em festa tradicional (BENJAMIN, 2002). Portanto, a Festa da Uva está na categoria de festa institucionalizada com forte tendência para se transformar, também, em evento tradicional, por que é um evento temático que celebra fatos culturais e históricos de uma determinada comunidade, e ao mesmo tempo mostra o que há de mais moderno nessa comunidade, que tem o apoio e a participação dos diferentes segmentos socioeconômicos.

Essas evoluções e evocações que chegam até os dias atuais, estão incorporadas aos nossos calendários de tradições religiosas e festivas populares no Brasil. Na festa o tradicional e o moderno encontram os seus espaços de convivências e conveniências culturais, mesmo por que é na organização e realização da festa que se evidenciam os posicionamentos de concórdia e discórdia de uma comunidade. É também na festa que a comunidade busca soluções para parte dos seus conflitos, é um momento de trégua e de solidariedade entre os diferentes membros da comunidade.

Ao longo do tempo essas práticas sempre fizeram parte dos processos das transformações culturais e religiosas da sociedade humana, das suas relações simbólicas entre o cotidiano e o extraordinário. São essas práticas do passado que chegam ao presente, com as suas diversidades de significados, de referências e de desdobramentos em processos de sociabilidade e comunicação, de apropriações, objetivação, incorporação e de conversão dos valores simbólicos de uma comunidade (SILVERSTONE, 1994, p. 212). As festas populares tradicionais são acontecimentos



identificadores dos fatos locais, são celebrações das diversas relações sociais vivenciadas por uma comunidade nos seus espaços sagrados e profanos, públicos e privados.

As festas populares brasileiras quase sempre estão vinculadas às antigas tradições de celebração dos ritos de passagem das estações do ano nos hemisférios norte e sul, e continuam determinando o antes e o depois dos afazeres cotidianos da sociedade contemporânea. O ser humano é um realizador de festas, portanto, a festa é parte essencial das trocas sócio simbólicas, é através das festas que se organizam e divulgam as culturas e as memórias. Nas observações e nas interpretações das festas populares é que se descobrem os códigos, as regras e os estatutos construtores do ensinar e aprender as diversidades da cultura brasileira e, em consequência, o desenvolvimento da identidade de um povo.

As festas populares brasileiras, rurais e urbanas, passaram e continuam passando por importantes transformações culturais nos diferentes momentos da história da sociedade. Num passado mais remoto, com a instituição da quaresma, depois com as navegações e os grandes descobrimentos de novas terras, com a chegada dos africanos, com as imigrações dos alemães, italianos, poloneses e de tantos outros povos que contribuíram e contribuem para a construção, andaime por andaime, da identidade e da diversidade cultural brasileira (BARRETO, 2005).

O mundo está em constante criação e reinvenção de novos significados culturais. Assim foi com a invenção da imprensa móvel, com a revolução industrial, com o surgimento das novas tecnologias de transportes e telecomunicações e, conseqüentemente, a redução das distâncias, do tempo de produção e consumo de bens culturais tradicionais e modernos. Tradição e modernidade são categorias importantes de representações da vida cotidiana da sociedade humana, são conflitantes, dialéticas, estão em constantes tensões, mas quase sempre andam juntas, uma construindo a outra. Por esse motivo compreendemos que a identidade brasileira é constituída de espaços culturais heterogêneos, marcados pelas suas singularidades regionais e locais. São espaços culturais vinculados aos seus aspectos próprios de falar, dos modos de andar, gesticular, de vestir, da culinária e das práticas religiosas. Portanto, são espaços culturais próprios, que não estão desvinculados do tempo e do espaço da sociedade global.



A sociedade globalizada, quase nos “obriga” a observar as festas populares de outra forma, com um olhar voltado para os

movimentos tensionados entre os interesses locais e os negócios do mundo globalizado. Ou seja, as festas populares são cada vez mais produtos de consumo culturais para atender as demandas do mercado de turismo, da mídia, especialmente da televisão e dos políticos.

A Festa da Uva: um acontecimento midiático

A Festa da Uva não poderia ficar fora desse novo contexto de produção e consumo de bens culturais locais e globais da sociedade contemporânea. As manifestações culturais populares são “afetadas” cada vez mais pelos interesses, que não necessariamente, os da comunidade detentora das suas tradições. Isto é, são festas, públicas ou privadas, institucionais ou espontâneas, que se inserem no contexto da sociedade midiática por serem polissêmicas, multicoloridas, alegóricas e por reunirem grandes números de pessoas de diferentes segmentos sociais. Portanto, são manifestações culturais populares, perfeitas para os interesses da comunicação social e especialmente da televisão que transforma a festa em acontecimento midiático (DAYAN e KATZ, 1999, p. 17). A Festa da Uva é um complexo sistema de comunicação mediado pelos seus organizadores, patrocinadores e participantes, que operam os rituais da festividade, individualmente ou coletivamente, nos campos híbridos de coexistência entre os valores tradicionais e modernos. Ou seja:

Dizer que a festa é socialmente integrativa porque gera e expressa, **como e em** rituais, normas sociais pela participação das pessoas, é como mostrar uma face de um acontecimento que tem pelo menos muitas delas. Ou pode ser como dizer apenas do modo mais geral como se operam as relações ritual/rotina que precisam, entretendo, ser descritas em termos mais operativos. Em primeiro lugar, a festa é um acontecimento social de efeito identificador (BRANDÃO, 1974, 21-22 p.).

Não se pode negar que as festas populares estão agregando valores culturais da sociedade midiática, assim como a sociedade midiática agrega valores culturais tradicionais das festas populares. É nesse campo híbrido, entre o antigo e o novo, que emerge uma cultura de base local vinculada à cultura global em fluxos contínuos de apropriação e incorporação de significados midiáticos. É quase impossível na atualidade organizar e realizar festas populares fora do contexto da sociedade midiática, até por que os seus produtores e os seus participantes estão inseridos nos contextos desses

espaços culturais: *local e global*. Organizar e realizar uma festa sempre foi uma tarefa complexa e na atualidade essa tarefa passa a ser ainda mais complexa pelo nível de envolvimento e interesses diversos.

A sociedade humana tece a sua cultura através dos mundos de experiências vividas em momentos históricos diferentes e de natureza paradoxal, justamente porque nada é igual no tempo e no espaço, nem mesmo com a globalização cultural. Com a globalização o que assistimos é o ressurgimento de culturas com bases locais ao invés da tão propagada padronização cultural.

A 28ª Festa da Uva teve apoio e patrocínio do Bradesco, Banrisul, Petrobrás e Prefeitura de Caxias do Sul, Eletrobrás, Randon, Ministério do Turismo e Lei de Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura. A Festa da Uva é um acontecimento importante para a economia e para a cultura da Serra Gaúcha. O evento gera uma receita de mais de 12 milhões de reais, o parque de exposição foi visitado por 504.149 pessoas, o desfile dos carros alegóricos foi assistido por mais de 200 mil pessoas (são seis desfiles durante o período do evento), e nos eventos paralelos participaram cerca de 140 mil pessoas, totalizando a movimentação aproximada de 850 mil pessoas nos diferentes espaços da festa (Fonte: Assessoria de Imprensa da Festa da Uva).

A organização distribuiu 50.240 mil ingressos-cortesia para a União das Associações de Bairros (UAB), figurantes do Corso Alegórico, veículos de comunicação, entidades, empresas que participaram, apoiaram e patrocinaram o evento. Mais de 200 mil quilos de uvas foram consumidos. Como evento paralelo foram realizadas **28** competições esportivas com a participação direta de **3.270** atletas, mais de **1.000** apresentações artísticas; nos desfiles alegóricos participaram cerca de 1.700 figurantes, trabalharam no sistema de segurança 220 profissionais, no apoio aos turistas trabalharam 1.228 profissionais, e 951 ônibus de excursão com 29.611 passageiros tiveram como destino Caxias do Sul no período da festa. A divulgação do evento envolveu **117** veículos de comunicação de **29** cidades com a participação de mais de **660** profissionais. Com o objetivo de diagnosticar o perfil dos visitantes foram entrevistadas 1.540 pessoas (1.140 no Parque e 400 nos seis desfiles do Corso) durante os 18 dias da Festa (Fonte: Assessoria de Imprensa da Festa da Uva):

Perfil dos visitantes**Sexo**

51% do sexo feminino

49% do sexo masculino

Idade

23% tinham menos de 20 anos

35% tinham de 20 a 29 anos

19% tinham de 30 a 39 anos

14% tinham de 40 a 49 anos

6% tinham de 50 a 59 anos

3% acima de 60 anos

Com relação a participação dos desfiles alegóricos

68,6% dos entrevistados eram de Caxias do Sul

31,4 eram de fora de Caxias (outras cidades gaúchas e de outros estados)

Com relação aos gastos no Parque os números indicam que:

50% gastaram com lazer

90% gastaram com alimentação

37% gastaram com compras

R\$ 46,00 foi o gasto médio de cada visitante com alimentação

R\$ 102,60 foi o gasto médio de cada visitante com compras em geral.

Alguns dados demonstrativos do período da festa chamam atenção como, por exemplo, a predominância do público feminino que atingiu 51% e 49% do masculino. Outro dado importante é o percentual de pessoas com menos de 20 anos que foi de 25%, e de pessoas entre 20 e 29 anos de 35%. Ou seja, 58% do público participante estão na faixa etária abaixo dos 30 anos, o que caracteriza a Festa da Uva como um espaço de sociabilidade da juventude. Quanto ao desfile dos carros alegóricos, mesmo sendo uma das grandes atrações turísticas da festa, 68,6% das pessoas que assistiram os seis dias de apresentações eram de Caxias do Sul e 31,4 eram de outras localidades, demonstrando que a festa, mesmo com o seu crescimento nos últimos anos, ainda é um evento voltado para o público da região. (Fonte: Assessoria de Imprensa da Festa da Uva).

Os espaços folkcomunicacionais da festa



No período da Festa da Uva a cidade é ocupada por diversos espaços culturais, mas dois merecem destaque neste trabalho. O primeiro definido como espaço maior para a festa por Carlos Erbes (2010, p. 213), como sendo o parque de eventos Mário Bernardino Ramos, um dos maiores complexos do Brasil com uma área de 367.142 metros quadrados inaugurado na Festa da Uva de 2008; o segundo espaço é a Rua Sinimbu, no centro da cidade, onde se realiza o Corso Alegórico. Aqui espaço é compreendido como:

(...) uma realidade objetiva, um produto social em permanente processo de transformação. O espaço impõe sua própria realidade; por isso a sociedade não pode operar fora dele. Conseqüentemente, para estudar o espaço, cumpre apreender sua relação com a sociedade, pois é esta que dita a compreensão dos efeitos dos processos (tempo e mudança) e especifica as noções de forma, função e estrutura, elementos fundamentais para a nossa compreensão da produção de espaço (SANTOS, 1997, p. 49).

A festa popular é um acontecimento em constante mutação e não poderia ser diferente com a Festa da Uva. No decorrer dos anos desde a realização do primeiro em 1931 e este realizado em 2010, o evento passou por profundas transformações nos seus conteúdos e formatos. Novos valores culturais, novas tecnologias e novos espaços foram agregados objetivando atender as demandas de mercados e consumo do mundo globalizado.

É inegável que o grande protagonista da festa é a Feira Agroindustrial, onde são realizados os grandes negócios, são exibidas as novas tecnologias de produção de uvas e de vinhos, onde são expostos os produtos das medias e grandes indústrias da Serra Gaúcha. Na XII Feira Agroindustrial, localizada no Centro de Eventos, participaram 450 expositores setorializados (indústria, serviços, veículos, automotivos, máquinas e equipamentos agrícolas, praça do vinho, shopping rural e alimentação) e participaram da exposição 400 produtores de uva e vinho (Fonte: Assessoria de Imprensa).

A grande área do parque de eventos da Festa da Uva é constituída de 15 espaços temáticos dos quais se destacam: **Estação do Abraço** - Recebe os visitantes com um abraço para fazer com que eles curtam a festa. **Estação das Soberanas** – Qualificar o

papel da rainha e das princesas, bem como das embaixatrizes demonstrando cuidado com a construção simbólica da festa. **Estação da História e da Colheita** – Guarda o coração da colonização no momento de sua primeira indústria, a vitivinícola e mostra as uvas da região, símbolo maior da festa. **Estação da**



Comunicação – Reproduz a primeira transmissão de televisão em cores do Brasil, que ocorreu no Corso Alegórico em 1972; o registro da imprensa local a respeito da chegada do trem em Caxias do Sul; e o registro da imprensa das edições passadas da Festa da Uva. **Estação da Colônia** – Exposição das roupas de época, mostrando a simplicidade e os antigos coretos das praças centrais das cidades da região, com a presença de corais e grupos folclóricos. **Estação da Convivência** - A cultura brasileira mostrada através da música com gêneros como o samba, bossa nova, MPB e capoeira. **Estação da Música** - Espaço multicultural com dois palcos para os grandes shows nacionais e apresentações locais. **Estação da Fé** - Monumento Jesus do Terceiro Milênio, a estação reúne pratica de fé. **Estação do Gaúcho** - Contempla o folclore, a música, exposição de artefatos e artigos na forma de museu e a **Estação da Replica de Caxias 1885** - Retrata a Vila Santa Teresa, embrião de Caxias do Sul, e compõe o quadro que antecede a chegada do trem. Apresentação de manifestações culturais como cantorias, contadores de histórias, jogos de bocha, pau de sebo, bingo, pescarias, rifas, além da culinária colonial tradicional (Fonte: Programação Oficial).

As quinze estações reconstituíram caminhos temáticos das origens, das tradições, da integração e do desenvolvimento de Caxias do Sul possibilitando aos visitantes o conhecimento da sua história passada e contemporânea.

A Rua Sinimbu, no centro da cidade, nos dias dos desfiles dos carros alegóricos fica tomada de pessoas no final da tarde. Em 2010 foram seis desfiles com 10 carros temáticos representando a história de Caxias do Sul: **I** - Síntese dos fatos que acontecem entre 1875, início da imigração, e o estabelecimento da cidade, em 1º de junho de 1910. Caxias do Sul já tem porte para trazer o trem, e por meio dele importa-se conhecimento e exporta-se produção. **II** - Representa a vitória das vontades sociais. O fogo dá a ideia de segurança, de luz e de aquecimento, que permite a transformação dos alimentos e dos materiais, outro sinal de avanço. O fogo também simboliza o conhecimento e a

experiência que são passados através das gerações. Os figurantes são senhores e senhoras que usam roupas de tecido cru. **III** - O carro mostra a produção e manifestação artístico-cultural em madeira (num lado representando a videira e no outro o trabalho neogótico das igrejas) e mármore, terminando em chaminés (funcionando), representando a industrialização moderna da cidade (metalúrgica, química, agrícola, alimentícia, vinícola e madeireira). **IV** – Explode a guerra na década de 40. O mundo veste o luto, o militarismo silencia as manifestações e todos caem na incompreensão. O desrespeito às origens faz desconstruir nossos símbolos e tradições. Poucos se erguem contra a guerra, muitos se sacrificam pela liberdade. **V** - Alude a “Caxias Pátria”, a reconciliação com a Nação. A ideia é a revalorização da identidade regional, proibida na cena anterior. Caxias não é mais imigrantista e sim pioneira. O carro é uma instalação da cestaria usada na colheita e armazenagem da uva. Continua com grandes tinhas de



madeira onde rapazes e moças dançam amassando a uva. **VI** - O sexto carro celebra a modernização, a cultura (UCS e Teatro da Aliança Francesa) e a urbanização. A Festa da Uva torna-se evento nacional. O carro representa a civilização que o conhecimento traz consigo. **VII** – Quadro da pluriculturalidade.

Com uma nova grande migração, Caxias torna-se cosmopolita. O carro é uma grande instalação artística que usa plásticos, metais e fios associados à ideia da industrialização e tecnologia avançadas. **VIII** – Representação de Caxias Internacional: o polo metal-mecânico que é referência para o Brasil e Mercosul. Apresenta a síntese do processo de produção, que será explorado na modernização tecnológica e automação industrial. Também faz referência à malharia, que ganha cenário internacional e às missões de trocas de informações, conhecimentos e negócios. **IX** - Representa o acolhimento. Caxias humana com suas relações, seus afetos e suas formas de manifestações sociais. O carro é uma leitura de tudo o que surgiu de mais simbólico nos quadros anteriores, mostrando o que Caxias tem de melhor: subsistência, amparo, força, pioneirismo, futuro. **X** - A última alegoria é a celebração do êxito. O pioneirismo profetizado realiza-se na grande conquista: a Festa da Uva. O carro é uma grande alusão ao fruto da videira, uma estrutura gigantesca em madeira entrelaçada carregando grãos de uvas em plástico translúcido. Uma iluminação móvel confere aos cachos todas as cores das estações do

amadurecimento da uva. A base do carro é uma extensão de formas geométricas de tamanhos diferentes lembrando a textura dos parreirais. A festa surge na rua através de uma grande fanfarra que executa, de maneira alegre, uma música dinâmica que faz referência ao evento (Fonte: Programação Oficial – Roteiro Corso Alegórico).

Como evolução da festa, também houve grandes modificações no curso alegórico em todos esses anos. Das carroças de bois utilizadas pelos colonos na labuta com a terra para os carros mecânicos projetados por profissionais. O desfile dos carros alegóricos de 1969 teve importantes inovações e foi o primeiro desfile noturno, como afirma Tiburri (2007, p. 49):

O Corso Alegórico de 1969 teve uma grande inovação: o primeiro desfile noturno, que foi prestigiado pelo Presidente da República, Costa e Silva. Como consequência, pela primeira vez os carros alegóricos tiveram iluminação própria. O Corso mantinha suas raízes, mostrando o trabalho do colono imigrante. Ao mesmo tempo acompanhava a evolução regional, apresentando o progresso da indústria.

Tiburri (2007, p. 49) na sua narrativa sobre o desfile de 1969 continua dizendo:

Apresentava-se, também, conectado com os acontecimentos mundiais, mostrando as conquistas da ciência e tecnologia, principalmente as espaciais, em função da chegada do homem à Lua. Continuava valorizando a integração entre os povos nessa Festa, com um carro dedicado à imigração japonesa e outro, à espanhola.



Com todas as inovações tecnológicas, a contratação de arquitetos, figurinistas e outros profissionais para a construção e o desenvolvimento dos elementos de composição dos carros alegóricos, a temática tradicional nos desfiles continua predominando. É marcante a presença dos jovens com os seus trajes típicos que dançam e cantam músicas folclóricas. É nesses campos híbridos, de diferentes experiências, entre o tradicional e o moderno, entre o local e global, que emerge mais um campo de estudo da folkcomunicação e é nesse

campo de interseção que se dão os processos de experiências de comunicação assentados nos espaços culturais, públicos e privados da Festa da Uva.

São as movimentações nos campos imbricados nos interiores das festas populares que temperam os vínculos sociais, as atualizações culturais e as conversações de uns com os outros nos diferentes espaços e tempos. Em 1931, ano da realização do primeiro evento, e 2010, a realização do último evento, a Festa da Uva 2010 – nos trilhos da história, a estação da colheita - é uma viagem rumo á cultura e à tradição de



Caxias, com certeza é um exemplo desse hibridismo cultural – *local e global*. Ou seja, na Festa da Uva estão expostas as diferentes culturas da região, é um ciclo inaugurado no Recreio da Juventude, passando por importantes transformações até chegar em 2010 ao Centro de Eventos da Festa da Uva, quando é inaugurado um novo ciclo da festa.

Considerações finais

As festas populares no contexto da sociedade midiática são instâncias de negociações das novas regras e valores culturais, dos novos costumes e hábitos que recriam e reinventam as tradições, assim como as estações da colônia gaúcha, ou ainda o carro alegórico representado no quadro II. São essas instâncias da festa que tem importância no campo da pesquisa da folkcomunicação (BELTRÃO, 2001), são os caminhos cruzados e os campos de interseções entre o tradicional e moderno, nas 15 estações temáticas da festa e nos 10 carros alegóricos que possibilitam os ativistas midiáticos das redes folkcomunicacionais operarem no tempo e espaço concedido e conquistado no Mário Bernardino Ramos ou na Rua Sinimbu (TRIGUEIRO, 2004). Ou seja, olhar a Festa da Uva inserida nos interesses do tempo e espaço do mundo globalizado e nos interesses do tempo e espaço do mundo local.

É preciso ter presente que a festa é mutável. Cada ocorrência constitui uma performance que, embora participe de uma recorrência, ela não se repete na sua inteireza, ainda que mantenha identidade de natureza e de objetivos que lhe permitam atribuir um nome constante (BENJAMIN, 2001, p. 21).

A primeira Festa da Uva realizada em 1931 foi um acontecimento local com o objetivo de mostrar a produção de uvas na região. O primeiro curso acontece em 1932 e os carros eram puxados por juntas de bois, em 2010 os carros usam novas tecnologias nas suas alegorias e o grande espaço da festa já não é mais o Recreio da Juventude, mas o Parque de Eventos construído especialmente para a realização do mais importante evento da região.

A Festa da Uva é uma festa institucionalizada criada por uma minoria, em 1931, pertencente às elites locais, mas nada impede que no decorrer do tempo passasse a ter uma maior participação popular, já demonstrada em 2010. Assim foi e continua sendo como nas festas do calendário religioso do catolicismo popular, e Marques de Mello (2001, p. 112), referindo-se as festas públicas e privadas, institucionalizadas ou espontâneas brasileiras, diz:

Não obstante as origens elitistas das principais festas brasileiras, tal determinação não impediu que elas fossem apropriadas pelas classes populares, convertendo-se em espaços de celebração festiva quase à margem dos ritos oficiais ou sagrados. As comunidades periféricas ou contingentes subalternos introduziram paulatinamente ritos oficiosos ou profanos, contando com a tolerância das autoridades constituídas.

As festas populares brasileiras – local, regional e nacional – agregam valores da cultura global, é quase impossível não acontecer isso na sociedade midiática. As festas na atualidade devem ser olhadas nas suas diferentes representações e interesses econômicos e turísticos, e por que não dizer políticos. Essas ligações não são tão novas como se pensa. Mas sempre observando que a cultura não é uma mercadoria qualquer, ela vai além disso, é um grande trunfo nas estratégias de políticas públicas objetivando soluções para os conflitos sociais e para o desenvolvimento econômico.

Referências:

ASSESSORIA DE IMPRENSA. Festa da Uva de 2010 (relatório – balanço final - Disponível em: <<http://www.caxias.rs.gov.br/>>. Acesso em. 17 jun. 2010

BARRETO, Luiz Antonio. **Folclore:** invenção e comunicação. Aracaju: Typografia Editorial/Scortecci Editora, 2005. 200p.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação:** um estudo dos agentes e dos meios populares da informação dos fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. 266 p.

BENJAMIN, Roberto. **Expandindo a proposta da obra fundadora.** . In: UNESCO. Anuário Unesco/Umesp de comunicação regional. Ano V. n 5. jan/dez. São Bernardo do Campo, 2001.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Cavalcadas de Pirenópolis.** Goiânia: Oriente, 1974. 169 p.

ERBES, Luis Carlos. **Festa da uva:** a alma de um povo. Caxias do Sul, RS, RS: Maneco Livr. Ed., 2010. 240 p.

KATZ, Elihu & DAYAN, Daniel. **A história em directo:** os acontecimentos mediáticos na televisão. Coimbra, PT: Minerva, 1999. 266 p.

MELO, José Marques de. **As festas populares como processos comunicacionais:** roteiro para o seu inventário, no Brasil, no limiar do século XXI. In: UNESCO. Anuário Unesco/Umesp de comunicação regional. Ano V. n 5. jan/dez. São Bernardo do Campo, 2001.

PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL. Disponível em: < <http://www.caxias.rs.gov.br/> >. Acesso em. 17 jun. 2010.

SANTOS. Nilton. **Espaço e método.** São Paulo: Nobel, 1997. 88 p.

SILVERSTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana.** Buenos Aires: Amorrortu, 1994. 313 p.

TIBURRI, Roberta. **Cenários em movimento:** memórias do curso alegórico da festa da uva. Caxias do Sul, RS: Lorigraf, 2007. 162 p.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático.** João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008. 162 p.