

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
ALINE SOUZA DA SILVA**

**A CULTURA GAÚCHA EM CURITIBA - PR: O APROVEITAMENTO
TURÍSTICO DE REFERENCIAIS CULTURAIS COMO FORMA DE
VALORIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA**

**CURITIBA
2010**

ALINE SOUZA DA SILVA

**A CULTURA GAÚCHA EM CURITIBA - PR: O APROVEITAMENTO
TURÍSTICO DE REFERENCIAIS CULTURAIS COMO FORMA DE
VALORIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado às disciplinas Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão do Turismo em Áreas Urbanas II e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão do Turismo em Áreas Urbanas II, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo, do Curso de Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas Letras e Artes. Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a. Ms. Leticia Bartoszeck Nitsche.

**CURITIBA
2010**

TERMO DE APROVAÇÃO

ALINE SOUZA DA SILVA

A CULTURA GAÚCHA EM CURITIBA - PR: O APROVEITAMENTO TURÍSTICO DE REFERENCIAIS CULTURAIS COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA

Trabalho de graduação aprovado com nota 86 apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo em Planejamento e Gestão do Turismo em Áreas Urbanas II e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão do Turismo em Áreas Urbanas II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Banca: Prof^a. Ms. Letícia Bartoszeck Nitsche (orientadora)
Departamento de Turismo, UFPR

Prof^a. Dr^a. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes
Departamento de Turismo, UFPR

Sra. Marta Yoshie Takahashi
Serviço Social Autônomo Ecoparaná

Curitiba, 16 de novembro de 2010

Dedico este trabalho a todos que me apoiaram na realização deste sonho, em especial a meus pais e irmãos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente a Deus por estar sempre comigo em todos os momentos.

Aos meus pais, irmãos e sobrinhos por me apoiar e dar força nas minhas decisões, mesmo sem falar explicitamente...

A professora Letícia pela orientação, atenção e também paciência ao longo do trabalho. A professora Marie pela colaboração nas bancas de qualificação e defesa do Trabalho de Conclusão de Curso. Aos professores do curso de Turismo da UFPR pela contribuição na etapa inicial de conformação do caminho a ser seguido.

Aos meus amigos que vibraram comigo a cada etapa vencida no decorrer destes quatro anos de graduação e ainda aguentaram bravamente um ano inteiro me ouvindo falar do mesmo assunto: TCC.

Agradeço, por fim, a todos que colaboraram/contribuíram direta ou indiretamente para a conclusão deste trabalho.

A todos vocês eu deixo meu mais profundo e sincero: **MUITO OBRIGADA!!!!**

*“Mas não basta pra ser livre
ser forte, aguerrido e bravo,
povo que não tem virtude
acaba por ser escravo”.*

Hino Riograndense – Francisco Pinto da Fontoura

RESUMO

A cultura é um dos principais fatores de motivação turística, além disso, através da utilização de referenciais culturais para o desenvolvimento do turismo, há uma maior valorização destes elementos. Devido às características do turismo em Curitiba e o enfoque na cultura das diferentes etnias de imigrantes que colaboraram para a construção cultural do curitibano, objetivou-se, através deste trabalho, valorizar também os referenciais da cultura popular brasileira existentes na cidade. Aqui o destaque é para a cultura gaúcha, uma vez que alguns dos principais elementos que a identificam foram encontrados na localidade. Para se responder aos fins propostos foram utilizadas entrevistas de caráter qualitativo com representantes das manifestações de cultura gaúcha, considerando os elementos: música, dança e indumentária (CTG), gastronomia (churrascaria) e futebol (torcida Grêmio Curitiba); além de entrevistas com os órgãos oficiais de turismo e cultura da cidade. Com a realização desta etapa conformou-se um panorama da visão dos entrevistados em relação à utilização dos referenciais da cultura gaúcha para o turismo e ainda compreendeu-se como se daria a questão do planejamento para a utilização deste legado cultural como atrativo turístico. Desta forma percebeu-se que alguns dos principais símbolos da cultura gaúcha estão presentes em Curitiba e possuem atratividade podendo ser utilizados no incremento da oferta turística do local. Para isto foi desenvolvida uma proposta de espaço cultural, no qual serão demonstrados os elementos pesquisados e divulgadas informações sobre a cultura gaúcha e onde ela pode ser encontrada em Curitiba. Com a realização deste projeto, também será possível proporcionar uma maior valorização da cultura popular brasileira presente na capital paranaense.

Palavras chave: Turismo cultural, planejamento turístico, cultura gaúcha, Curitiba

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 e 2 – INVERNADAS ARTÍSTICAS.....	42
FIGURA 3 e 4 – DANÇA CHULA E GAITA.....	43
FIGURA 5, 6 e 7 – INDUMENTÁRIA GAÚCHA: PEÃO E PRENDA.....	43
FIGURA 8 e 9 – CHURRASCO.....	43
FIGURA 10 e 11 – CHIMARRÃO.....	44
FIGURA 12 e 13 – ESCUDO E BANDEIRA GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE.....	44
FIGURA 14 e 15 – CAMISA E MASCOTE GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE.....	44
FIGURA 16 e 17 – CAMISA E ESCUDO SPORT CLUB INTERNACIONAL.....	45
FIGURA 18 e 19 – BANDEIRA E MASCOTE SPOR CLUB INTERNACIONAL.....	45

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS DANÇAS.....	37
QUADRO 2 – COMPARATIVO ENTRE AS RESPOSTAS DAS ENTREVISTAS, POR ELEMENTO.....	57
QUADRO 3 – CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DO PROJETO 2010/2011.....	68

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PREVISÃO DE INVESTIMENTO PARA EXECUÇÃO DO PROJETO.....70

LISTA DE SIGLAS

ABRASEL PR – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do Paraná
CBTG – Confederação Brasileira de Tradição Gaúcha
CTG – Centro de Tradições Gaúchas
COMPAHC – Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural de Porto Alegre
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo de Curitiba
FCC – Fundação Cultural de Curitiba
FIFA – Federação Internacional de Futebol
GRE-NAL – Grêmio x Internacional
IGTF – Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore
IMT – Instituto Municipal de Turismo de Curitiba
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho do Rio Grande do Sul
MTG PR – Movimento Tradicionalista Gaúcho do Paraná
MTUR – Ministério do Turismo
OMT – Organização Mundial do Turismo
RT – Região Tradicionalista
SACI – Sociedade Amigos do Sport Club Internacional
SETU PR – Secretaria de Estado do Turismo do Paraná
UNESCO – Organização das Nações Unidas Para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
PRIMEIRO CAPÍTULO.....	17
2. O TURISMO CULTURAL E SUA RELAÇÃO COM O PLANEJAMENTO TURÍSTICO.....	17
2.1. Turismo.....	17
2.2. Cultura.....	19
2.3. Turismo cultural.....	21
2.4. Patrimônio cultural e interpretação do patrimônio.....	23
2.5. Planejamento turístico em áreas urbanas.....	26
SEGUNDO CAPÍTULO.....	29
3. O TURISMO CULTURAL E OS REFERENCIAIS DA IDENTIDADE GAÚCHA EM CURITIBA.....	29
3.1. Identidade e tradição.....	29
3.2. Curitiba e o turismo.....	31
3.3. Vestígios da cultura gaúcha no Paraná.....	34
TERCEIRO CAPÍTULO.....	48
4. PESQUISA COM INSTITUIÇÕES LIGADAS À TRADIÇÃO GAÚCHA, À CULTURA E AO TURISMO.....	48
4.1. Metodologia de pesquisa.....	48
4.2. Análise dos resultados.....	51
4.2.1. Relatório de análise do elemento gastronomia.....	51
4.2.2. Relatório de análise do elemento tradição.....	53
4.2.3. Relatório de análise do elemento futebol.....	55
4.2.4. Quadro Comparativo.....	57
4.2.5. Visão geral dos órgãos oficiais.....	60
4.2.6. Interpretação e discussão dos resultados.....	61
QUARTO CAPÍTULO.....	64
5. PROJETO DE TURISMO.....	64

5.1. Descrição da proposta do projeto	64
5.2. Etapas para execução do projeto	66
5.2.1. Descrição das etapas para a execução do projeto.....	66
5.2.2. Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.....	68
5.2.3. Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa.....	69
5.2.4. Avaliação do retorno do investimento.....	71
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	74
APÊNDICES	81
Apêndice 1 – Roteiro da Entrevista para Churrascaria	81
Apêndice 2 – Roteiro da Entrevista para CTG	82
Apêndice 3 – Roteiro da Entrevista para Consulado do Grêmio em Curitiba	83
Apêndice 4 – Roteiro da Entrevista para Instituto Municipal de Turismo	84
Apêndice 5 – Roteiro da Entrevista para Fundação Cultural de Curitiba	85
Apêndice 6 – Mapa temático da cultura gaúcha em Curitiba	86
Apêndice 7 – Modelo de <i>folder</i> de divulgação (lado interno)	87
ANEXOS	88
Anexo 1 – Lei sobre a Semana Farroupilha	88

1. INTRODUÇÃO

Diferentes aspectos relacionados ao planejamento urbano da capital paranaense contribuíram e ainda contribuem para a construção de uma imagem positiva de Curitiba para seus visitantes; a diversidade cultural aqui encontrada é outro fator que favorece a imagem da cidade evidenciando seu potencial para o turismo cultural.

A cultura é um dos grandes motivadores de viagens de turistas, considerando ainda que “o patrimônio cultural, mais do que atrativo turístico, é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura partilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ter seu sentido respeitado” (MTUR, 2008, p. 15).

Há alguns anos Curitiba recebeu diversos títulos de “capital cultural”, o que pode estar relacionado à existência de vários espaços culturais na cidade; porém, no que diz respeito à identidade cultural, atualmente o que se percebe é que existe grande valorização da cultura estrangeira, a qual representa os imigrantes internacionais que aqui chegaram. Assim, verifica-se que, de acordo com Miguel Bahl (2004, p. 54), “especificamente relacionado à Curitiba, pode-se apreciar que, embutido no patrimônio turístico da cidade, encontra-se todo um referencial potencial, ligado à imigração”, tais como o Memorial Ucrânio, Bosque Alemão, Bosque do Papa (polonês), Memorial Árabe, Portal Italiano, integrantes da Linha Turismo de Curitiba, além de locais como Praça do Japão, Praça da Espanha, Bosque de Portugal, etc.

Tendo em vista a consolidação das etnias de outros países na formação da imagem turística da cidade, torna-se relevante a valorização dos traços culturais nacionais, uma vez que a população curitibana se desenvolveu também a partir de migrantes de diferentes partes do Brasil.

Turisticamente Curitiba é muito conhecida por disponibilizar infraestrutura adequada para o turismo de negócios e eventos, no entanto o turismo cultural também é bastante desenvolvido, contando com diversos espaços culturais, museus, teatros, galerias de arte, cinema, além do patrimônio cultural material e imaterial.

A partir do planejamento para a utilização do legado cultural como atrativo turístico, pode-se atrair um público diferenciado para determinada região, especialmente “aqueles com *interesse específico* na cultura, isto é, que desejam aprofundar-se na compreensão das culturas visitadas e se deslocam especialmente para esse fim” (MTUR, 2008, p. 21).

Tendo em vista a diversidade da formação cultural local, se faz necessária uma investigação que busque identificar e valorizar também a cultura brasileira presente no município, como a cultura gaúcha e, assim, provocar a abertura de espaço para futuras pesquisas relacionadas a outras manifestações culturais encontradas ao longo do território brasileiro, aqui presentes.

O gaúcho é reconhecido como um povo que se orgulha e valoriza sua história, assim, no Brasil destaca-se a força da cultura gaúcha que possui elementos de sua identidade presentes em todos os lugares onde existem gaúchos e/ou descendentes. Tendo como expressão da cultura os Centros de Tradições Gaúchas (CTG's), no que diz respeito à música e dança, o churrasco na gastronomia e, no futebol, destacam-se os principais times da capital Porto Alegre (Grêmio e Internacional), que receberam em 30 de setembro de 2009 um prêmio do Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural de Porto Alegre (COMPAHC) por fazerem parte da história do Rio Grande do Sul, sendo considerados Patrimônio Histórico Cultural e Afetivo.

Nesse contexto, os elementos supracitados estão presentes na cidade de Curitiba, sendo verificada a existência de diversos CTG's, além de churrascarias e torcidas de futebol como a Grêmio Curitiba (por exemplo), porém não existe um trabalho que sistematize tais referenciais, vinculando a eles um uso turístico.

Deve-se considerar também que a cultura gaúcha costuma encantar não só os gaúchos e descendentes, mas várias outras pessoas, por isso esta temática possui grande potencial turístico, possibilitando sua utilização como atrativo.

No Brasil pode ser encontrada grande diversidade cultural, que pelas dimensões territoriais da nação nem todos a conhecem, não sendo diferente em Curitiba, portanto torna-se de extrema relevância a valorização e demonstração dessa diversidade existente no local, não só para os brasileiros, mas também para os estrangeiros. É relevante ressaltar que esta capital receberá grande número de visitantes estrangeiros, principalmente, por ocasião da Copa do Mundo de 2014 (tendência de megaeventos esportivos internacionais que acontecerão no país),

assim, a valorização da cultura brasileira na localidade contribuirá para o fomento de uma imagem positiva do Brasil no exterior, uma vez que a globalização auxilia na propagação da cultura.

Sabendo-se do trabalho e ações realizados com intuito de valorização da cultura dos imigrantes, em Curitiba, percebe-se a necessidade de valorização também da cultura brasileira. Nesse contexto, surge como problema de pesquisa a ser solucionado a questão de como é possível aproveitar turisticamente os referenciais da cultura gaúcha presentes na capital paranaense?

Para tanto, são levantadas hipóteses a serem verificadas e respondidas, tais como: o público envolvido com as manifestações da cultura gaúcha reconhece alguns dos seus elementos característicos, porém este saber está restrito às práticas internas dos grupos (CTG's, torcidas de futebol, etc.); os referenciais considerados como patrimônio cultural imaterial da cultura gaúcha estão presentes em Curitiba, porém não são aproveitados turisticamente, deixando à margem a valorização de tais referenciais que se configuram como parte da diversidade cultural brasileira na cidade.

Visando-se orientar este trabalho, o objetivo geral está fixado em analisar os elementos da cultura gaúcha presentes em Curitiba e sua possível utilização como atrativo turístico, visando conformar um produto turístico que complemente a oferta local, colaborando para a valorização cultural popular brasileira na cidade.

A partir do objetivo geral, foram estabelecidos como objetivos específicos:

- Levantar elementos da cultura gaúcha, demonstrando quais referenciais estão presentes em Curitiba;
- Verificar a importância da cultura gaúcha na opinião dos dirigentes de instituições ligadas a esta tradição, analisando a identificação destes e dos seus frequentadores com ela e sua percepção em relação ao aproveitamento turístico das manifestações em Curitiba;
- Analisar como e se os órgãos oficiais de turismo e cultura de Curitiba trabalham a questão da cultura popular brasileira;
- Elaborar uma proposta para o aproveitamento do potencial atrativo dos referenciais da cultura gaúcha, buscando inseri-los na oferta turística da cidade;

Portanto, com a realização deste trabalho, o qual visa encontrar um instrumento de valorização da cultura popular, percebe-se uma oportunidade de contribuição para a formação de uma vitrine da diversidade cultural brasileira, em Curitiba.

Lembrando, ainda, que o segmento de turismo cultural é capaz de agregar valor tanto ao produto quanto a um destino turístico que, promovendo uma utilização sustentável das manifestações culturais como atrativos, favorece a conservação de suas principais características fazendo com que atraiam fluxo e desenvolvam uma integração entre visitantes e visitados.

Na composição deste trabalho foi utilizada a estrutura de capítulos, os quais reúnem assuntos complementares entre si proporcionando um melhor entendimento do conteúdo. No Primeiro e Segundo Capítulos são apresentados e desenvolvidos os referenciais teóricos com a conceituação dos principais temas abordados ao longo do trabalho. A partir daí se tem a fundamentação da pesquisa, apresentada no Terceiro Capítulo, com as especificações em relação ao tipo de pesquisa utilizado, como foi realizada a coleta de dados e tabulação dos mesmos, além da análise e discussão dos resultados obtidos. Com base no referencial teórico e nas pesquisas a campo foi elaborada uma proposta de aproveitamento turístico, Quarto Capítulo, no qual consta o detalhamento de todas as especificações necessárias para a execução do projeto de turismo.

PRIMEIRO CAPÍTULO

2. O TURISMO CULTURAL E SUA RELAÇÃO COM O PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Neste capítulo apresentam-se os principais conceitos relacionados à ideia central deste trabalho, a fim de fundamentar a pesquisa e possibilitar a posterior conformação de uma proposta de aproveitamento turístico com base nos elementos documentados. São eles: turismo, cultura, turismo cultural, patrimônio cultural e interpretação do patrimônio, além do planejamento turístico em áreas urbanas.

2.1. Turismo

O turismo como uma opção de lazer faz parte da cultura de uma população e envolve diferentes relações no âmbito da economia, ambiente/espço, sociedade/cultura, etc.

Existem diversas definições com diferentes enfoques para o termo turismo, uma delas, que abrange os aspectos essenciais da atividade turística é da Organização Mundial do Turismo - OMT (1994, *apud* Ignarra, 2003, p. 11) que diz que “[...] o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, ou outros fins”. A partir deste amplo conceito, são percebidas as possibilidades de segmentação do turismo, uma vez que os turistas são impulsionados por distintas motivações.

Pode-se considerar o turismo como setor de maior potencial em termos de geração de renda e emprego na atualidade; a atividade surge, ainda, como um importante agente não só no desenvolvimento econômico, mas como um fenômeno social proporcionando interação entre as pessoas e ocasionando a propagação cultural.

No turismo estão muito presentes as relações humanas, pois se tem o contato direto entre pessoas. Com base em tais relações, pode-se verificar que:

A atividade turística, [...], tem um aspecto social tão importante quanto o desenvolvimento econômico, isto é, a possibilidade de expansão do ser humano, seja pelo divertimento, seja pela possibilidade de conhecer novas culturas e enriquecer conhecimentos por meio das viagens. (BARRETTO, 2001, p. 45).

Comprovando-se o contato entre as pessoas ocasionado pela atividade turística, Lima (1999, p. 197) diz que uma das razões para o turismo é o desejo de “conhecer outras pessoas e outros costumes, saborear outras culinárias, conviver com outros sentimentos”. Dessa forma, sabendo-se das inter-relações do turismo, pode-se afirmar que, de acordo com Beni (2003, p. 39), o turismo tem como características ser um meio eficiente para promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais, podendo integrar socialmente, incrementando a consciência nacional, entre outras.

Através da atividade turística, quando desenvolvida de maneira adequada, Dencker (2007, s/p) afirma que podem ser estabelecidas relações de hospitalidade entre grupos pertencentes a diversas culturas, além disso, a autora diz que “a qualidade da experiência turística depende do estabelecimento de relações hospitaleiras entre as partes que contribuam para a formação de vínculos entre visitantes e os visitados dinamizando as trocas sociais”.

Em relação aos impactos gerados pelo desenvolvimento do turismo em uma localidade, Borges e Guzmán (2009, p. 2) afirmam que:

O turismo pode revelar-se como uma atividade capaz de reduzir distâncias e promover o intercâmbio cultural para abreviar as disparidades sociais e econômicas, no qual sua prática pode favorecer a economia, bem como a valorização e reprodução da identidade local.

Na atualidade o turismo tem deixado de ser uma atividade praticada pelas elites e tem se tornado cada vez mais massificado, devido a isso cresce a importância do planejamento turístico com foco na sustentabilidade, tornando possíveis vários benefícios para o lugar em que é implementado, uma vez que a atividade provoca efeitos em diversos setores.

Para o desenvolvimento da atividade turística, podem ser utilizados recursos como a natureza, história, cultura, patrimônio de uma localidade, entre outros, o que possibilita uma diversificação na oferta local, aumentando o potencial atrativo do destino.

2.2. Cultura

No Brasil, devido à grande dimensão territorial são encontradas muitas diferenças em relação às manifestações culturais da população brasileira, o que pode ser visto como resultado do processo de colonização e migrações pelo qual o país passou.

De acordo com Arantes (1987, p. 25-35), a cultura é um conjunto de valores que atribuem significados às ações e relações sociais nas sociedades humanas, como códigos e convenções simbólicas, que permite a constituição da identidade dos indivíduos como pertencentes a um grupo social. Em consonância com o autor supracitado, Borges e Guzmán (2009, p. 3) também dizem que a cultura pode ser entendida:

[...] como sendo uma herança social, um conjunto de elementos que foram desenvolvidos e transformados historicamente por um grupo humano, através de um sistema de símbolos. É o complexo de conhecimentos, valores, crenças, técnicas, ideias desenvolvidas historicamente por uma sociedade e que são compreensíveis por seus membros e empregadas socialmente.

Dessa forma, Laraia (2007, p. 45) afirma que “o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridos pelas numerosas gerações que o antecederam”.

Tendo em vista todas as influências do passado e contemporâneas, sabe-se que a cultura não é estática, pelo contrário:

[...] a cultura é um processo dinâmico; transformações (positivas) ocorrem, mesmo quando intencionalmente se visa congelar o tradicional para impedir a sua ‘deterioração’. É possível preservar os objetos, os gestos, as palavras, os movimentos, as características plásticas exteriores, mas não se consegue evitar a mudança de significado que ocorre no momento em que se altera o contexto em que os eventos culturais são produzidos. Para que se entenda isso, é preciso que se pense a cultura no plural e no presente e que se parta de uma concepção não normativa e dinâmica. (ARANTES, 1987, p. 21-22).

Em relação à dinamicidade da cultura, Laraia (2007, p. 96) afirma que a cultura pode sofrer dois tipos de mudança, uma interna (resultado da própria

dinâmica cultural) e outra que é o resultado do contato entre diferentes culturas. O autor (p. 101) ainda conclui que “cada sistema cultural está sempre em mudança” e a importância de entender a dinâmica da cultura, está em “atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos”.

No que diz respeito às possíveis consequências da globalização sobre a cultura, Hall (2006, p. 87) afirma que “ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas [...]”.

Considerando as alterações sofridas pela cultura popular, pode-se dizer que:

[...] não cabe mais analisar as práticas culturais populares como sobrevivências do passado no presente, pois, independentemente de suas origens, mais remotas ou mais recentes, mais próximas ou mais distantes geograficamente, elas se reproduzem e atuam como parte do processo histórico e social que lhes dá sentido no presente, que as transforma e faz com que ganhem novos significados. (AYALA; AYALA, 2003, p. 52)

Cultura popular é vista segundo Coelho (2007, p. 20), como “a soma dos valores tradicionais de um povo, expressos em forma artística, como danças e objetos, ou nas credences e costumes gerais”; a partir daí, pode-se dizer que as manifestações culturais populares são formas de demonstração de identidade de um povo com um grupo social. Também como Coelho, para Rocha (2004, p. 9):

A cultura popular se define, de modo geral, como a cultura feita e praticada no cotidiano e nos momentos cerimoniais da vida do povo, com conteúdos estéticos próprios de sua significação, em manifestações como música, poesia, artesanato, danças, representações dramáticas, etc.

Dentro do contexto de mudança cultural, Sicrist (2007, *apud* SANTOS, 2009, p. 5-6), observa que:

[...] uma mudança que vem ocorrendo nas últimas décadas notada através de estudos sobre cultura, mídias e globalização, é que as manifestações populares que antes eram restritas ao seu meio foram ganhando o interesse de outras organizações sociais, como o setor do turismo, tornando-se produtos comercializáveis no campo do entretenimento. O setor incorpora em seus roteiros os atrativos vinculados às manifestações populares para satisfazer a curiosidade dos turistas em conhecer as manifestações de outros grupos sociais.

Deve-se considerar, ainda, que de acordo com Barretto (2001, p. 57) “os recursos culturais contemporâneos são criados pelo homem sem finalidade lucrativa e não exclusivamente para o turismo, sendo essa sua característica básica”. Assim, a autora cita como exemplos desses recursos “as obras de arte, os museus a arquitetura, os monumentos, as exposições, os centros culturais, as bibliotecas [...], etc”.

Através da utilização das manifestações culturais pelo turismo, a cultura pode ser ressignificada trazendo a valorização da identidade de um povo; esta questão é confirmada por Marção (2009, p. 2) que diz que “essa valorização da identidade pode surgir na população através da atividade turística, pois com a globalização, o turista passou a valorizar a diversidade cultural”.

É necessário cuidado especial no planejamento da atividade em relação ao uso turístico das manifestações culturais para se evitar a espetacularização e/ou descaracterização de tais acontecimentos, porém isso não quer dizer que a cultura permanecerá imutável, uma vez que o contato entre diferentes culturas (de visitantes e de visitados) traz mudanças para um sistema cultural podendo promover, inclusive, benefícios para os envolvidos.

2.3. Turismo cultural

A partir da relação existente entre turismo e cultura surge o turismo cultural, que pode ser visto como uma alternativa para os destinos que não contam com grande beleza cênica natural. Uma das vantagens do desenvolvimento do turismo cultural é o fato do fluxo de turistas não depender tanto de condições climáticas, as atividades podem ser realizadas ao longo de todo o ano.

Para o Ministério do Turismo (2008, p. 16) o “Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.

Em relação à utilização das manifestações culturais de uma localidade, é necessário observar que:

Ao planejar turismo, deve-se ter muito cuidado de observar os limites entre a apreciação e a invasão. À medida que o turismo interfere na manifestação em questão, pode descaracterizá-la e até provocar sua extinção como recurso cultural, transformando-a em recurso comercial [...]. (BARRETTO, 2001 p. 97).

Visando à manutenção das características culturais de um destino onde se dá o desenvolvimento deste segmento do turismo, Borges e Guzmán (2009, p. 4) afirmam que:

É preciso pensar em um turismo de forma responsável e planejado com a participação efetiva de indivíduos e instituições nas comunidades receptoras para que tal atividade não desencadeie um processo de prejuízos que venha a superar todos os possíveis benefícios da atividade.

O turismo cultural se apresenta como uma forma de agregar valor a destinos turísticos por meio da diversificação dos segmentos a serem ofertados. A diversificação da oferta baseada nos aspectos que podem ser utilizados no turismo cultural (história, cultura, hábitos e costumes de uma comunidade), pode proporcionar agradáveis experiências aos visitantes deixando o destino ainda mais atrativo. Nesse contexto, Ruschmann (2003, p. 51) destaca que “[...] as características culturais do país todo e as manifestações regionais levam a crer que os turistas estrangeiros buscam, além das características naturais, as singularidades da cultura brasileira”.

Como todos os tipos de turismo, o turismo cultural também causa impactos, tanto positivos quanto negativos, na região onde é realizado. Dentre estes impactos, Ruschmann (2003, p. 51-55) cita como positivos: a valorização da herança cultural (apreciação da cultura pelos próprios moradores), valorização e preservação do patrimônio histórico (uma vez que “passam a receber as atenções dos governos e até de instituições privadas, que os restauram e conservam”), valorização do artesanato. Já como negativos se tem: a descaracterização do artesanato (passa a ser item de decoração vendido como *souvenir*), vulgarização das manifestações tradicionais (pode criar uma imagem simplista e estereotipada, apresentados como show especialmente para turistas), arrogância cultural (espetáculos preparados para turistas que acabam por ocasionar um distanciamento dos visitantes e moradores).

Ainda a respeito das influências do turismo em uma comunidade, Dencker (2007, s/p) acrescenta dizendo que:

Os produtos da indústria cultural convivem com as expressões da cultura local, sendo que o turismo pode, inclusive, contribuir para a manutenção de determinadas tradições na medida em que as incorpora a promoções e eventos turísticos.

Dessa forma confirma-se a necessidade de planejamento também para este segmento turístico, uma vez que não só os aspectos físicos do destino são envolvidos no turismo cultural, mas todo o modo de vida da população local, caracterizados como patrimônio material e imaterial.

2.4. Patrimônio cultural e Interpretação do patrimônio

A realização do turismo cultural tem como base os atrativos culturais de um destino, tais atrativos constituem o patrimônio histórico e cultural da localidade (separados em patrimônio material e imaterial) e devem ser não só contemplados, mas vivenciados pelo turista como forma de alcançar novas e diferenciadas experiências nas viagens.

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (2010, s/p) apoia e estimula o turismo cultural, quando desenvolvido de forma sustentável visando o incentivo da conservação do patrimônio e promoção do bem-estar das populações envolvidas. Assim:

A legislação propõe um turismo cultural agregado à operações de preservação do patrimônio cultural, identificando, protegendo, conservando, restaurando, renovando, mantendo e revitalizando um bem, para a sua defesa e salvaguarda, objetivando o usufruto pelas gerações atuais e futuras (IPHAN, 2010, s/p).

Considerando as divisões do patrimônio cultural, o IPHAN explica que o patrimônio material:

[...] é composto por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza nos quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos.

Quanto ao patrimônio imaterial, este é definido pela UNESCO, de acordo com o IPHAN (2010, s/p), como:

[...] as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

No que diz respeito à relevância das manifestações da cultura popular brasileira e comprovando o processo dinâmico da cultura, o IPHAN diz que:

O Patrimônio Imaterial é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

Devido à representatividade do patrimônio para uma comunidade e a necessidade de sua preservação, Portuguez (2004, p. 8) considera que:

O sentido da preservação do patrimônio é muito mais amplo que propriamente a possibilidade de seu uso econômico por meio do turismo. A preservação, nessa perspectiva, vincula-se à manutenção da memória, à conservação das tradições pela – e para – a população de determinada localidade.

Dentro desse contexto, Yázigi (1999, p. 134) diz que “[...] é preciso ter muito claro que a paisagem interessa antes a seus próprios habitantes e que só numa relação de estima deles com ela é que despertará o interesse de transeuntes, visitantes, turistas”. Sendo possível, dessa forma, amenizar e/ou evitar a destruição, por vandalismo, do patrimônio histórico do local.

Dessa forma, confirma-se a relevância do método de interpretação do patrimônio com vistas para a valorização dos recursos; tal medida pode re-significar o patrimônio proporcionando, ainda, uma otimização no seu uso, uma vez que o aproveitamento da cultura e a preservação do patrimônio valorizarão o espaço urbano tanto para turistas quanto para moradores.

Interpretação do patrimônio é definida por Tilden (*apud* MURTA; GOODEY, 2002, p. 14) como “uma atividade educacional que objetiva revelar significados e relações através da utilização de objetos originais, de experiências de primeira mão

e por meio de mídia ilustrativa, ao invés de simplesmente comunicar informações factuais”.

Os referenciais culturais podem ser vistos como uma forma de materializar o patrimônio imaterial, portanto através dos meios e técnicas de interpretação do patrimônio tem-se uma forma de se agregar valor ao local visitado, uma vez que, segundo Murta e Goodey (2002, p. 13), a interpretação cumpre funções de valorização da experiência dos turistas “levando-o a uma melhor compreensão e apreciação do lugar visitado”, além de valorizar o próprio patrimônio, tornando-o de fato um atrativo turístico.

Manifestações culturais de música e dança, teatro ou mesmo festas populares (muito presentes no Brasil) devem, segundo Murta e Goodey (2002, p. 25), ser incentivadas “como meio de valorizar espaços e monumentos”.

Segundo os mesmos autores (2002, p. 24-33), dentre os meios de interpretação podem ser citadas a interpretação ao vivo, textos e publicações e interpretação com base no *design*. Para promover a interpretação do patrimônio são utilizados recursos como som, luz, imagem, placas, painéis, letreiros, etc.

Dessa forma, como exemplos do emprego destas práticas têm-se os painéis ambientalistas colocados ao longo do Parque das Águas (Paranapiacaba, SP); a sinalização de ruas com *design* criativo em Antônio Prado (RS); a museografia “criativa, sedutora e atraente” dos museus da República (Rio de Janeiro, RJ) e Imperial (Petrópolis, RJ); os engenhos em movimento do Museu do Homem do Nordeste (Recife, PE); entre outros.

O método de interpretação do patrimônio favorece o aumento da qualidade de experiências do turista, revelando-lhe significados não percebidos com a simples contemplação. Desta forma se tem maior entretenimento dos visitantes, despertando neles sentimentos de apreciação e preservação do patrimônio visitado.

A partir do entendimento do patrimônio a atratividade deste tende a aumentar, contribuindo para a diversificação da oferta local e, ainda, sendo aliado ao planejamento é capaz de motivar a valorização da estrutura existente e colaborar para a construção de uma imagem positiva do destino.

2.5. Planejamento turístico em áreas urbanas

O turismo desenvolvido no espaço urbano utiliza-se de uma paisagem composta pela construção do espaço geográfico e também pelas transformações causadas com o processo histórico da sociedade que nela habita, além de contar com a interpretação do turista observador.

Para o desenvolvimento da atividade turística em uma determinada localidade, é de extrema relevância que se faça um planejamento, considerando a legislação vigente, para que seja proporcionado o bem estar à população e aos turistas. Assim, é possível compreender que:

O planejamento é uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. Ele tem por objetivo o provisionamento de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda seus desejos e necessidades. (RUSCHMANN, 2003, p. 83).

A partir do planejamento tem-se uma organização dos elementos essenciais para o incremento de uma atividade através da determinação de objetivos e meios para sua consecução.

Tendo em vista que a atividade turística faz parte de um sistema e como tal influencia e recebe influências do meio, o turismo não pode operar sozinho. Segundo Oliveira (2005, p. 195):

O planejamento do turismo local deve sempre levar em conta o contexto regional, nacional e até o internacional. São as leis, os incentivos, os planos de desenvolvimento existentes no país. O conhecimento desses fatores pode levar o planejador a melhor orientar seu trabalho.

Com o planejamento de um destino é possível estabelecer condições favoráveis para se alcançar os objetivos propostos, possibilitando facilidades e serviços que atendam as necessidades da comunidade, favorecendo a proteção e conservação do patrimônio ambiental natural e cultural.

Para que o turismo se desenvolva de forma sustentável, garantindo a qualidade de vida dos autóctones e elevando a qualidade da oferta turística aos visitantes, se faz necessário o planejamento, uma vez que este “[...] dá coerência e

convergência às atividades em prol do crescimento do turismo” (PETROCCHI, 1998, p. 72).

A cidade de Curitiba é conhecida por suas soluções urbanísticas inovadoras, sendo referência, no Brasil, por seu planejamento urbano. Com isso, é possível perceber a melhoria da qualidade de vida da população, o que faz da capital paranaense modelo para outras localidades tornando-se também nesse quesito atração turística.

O planejamento turístico adequado é capaz de maximizar os impactos positivos da atividade, buscando minimizar os impactos negativos que podem ser gerados com o turismo. Assim, faz-se com que a qualidade dos recursos seja mantida para usufruto dos usuários atuais e futuros (com base na sustentabilidade), pois:

A finalidade do planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade. (RUSCHMANN, 2003, p. 9).

De acordo com o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC, 2008, p. 280-282), somente a partir da visão gerada com o Plano Diretor do município (na década de 1970) o poder público passa a atuar diretamente no setor de animação e turismo, iniciando ações de preservação do Patrimônio em 1971. Neste período surgem diversas iniciativas que contribuem para a transformação de diferentes locais em espaços culturais e de lazer, além destes, tornam-se comuns as feiras de arte, turismo e artesanato, fazendo com que se consolidem as práticas de recreação, visitação e esportes nos parques e praças da cidade.

Toda a movimentação turística, calendário de eventos e os espaços de lazer e esporte se consolidam, na década de noventa, como parte da vida da cidade. Visando a integração entre espaços urbanos planejados e as ações de educação, esporte, meio ambiente, turismo, cultura e lazer, surgem diferentes programas e projetos.

No ano de 2005, é criado o Instituto Municipal de Turismo - CURITIBA TURISMO, cuja função é atender às questões do setor de turismo, uma vez que a atividade representa grande importância econômica, social e cultural no município, além de contribuir significativamente para a geração de emprego e renda. Em 2007,

com o intuito de “fortalecer a indústria do turismo em Curitiba, através de parcerias entre o *trade* e sociedade civil organizada” (IPPUC, 2008, p. 157), é criado o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR.

Desde os planos mais antigos, existe uma preocupação em se trabalhar o turismo em Curitiba, o que faz com que a atividade, devidamente planejada, traga bons resultados para a cidade que ultrapassam a questão econômica e com a diversificação da oferta são proporcionadas experiências satisfatórias para os turistas e qualidade de vida para os moradores.

SEGUNDO CAPÍTULO

3. O TURISMO CULTURAL E OS REFERENCIAIS DA IDENTIDADE GAÚCHA EM CURITIBA

Neste capítulo apresenta-se a relação da cultura gaúcha com a cidade de Curitiba. Para consolidar esta discussão são observados os temas relacionados à identidade e tradição, Curitiba e o turismo, além dos vestígios da cultura gaúcha no Paraná, com conceituações e dados históricos.

3.1. Identidade e tradição

A diversidade cultural se constitui em um recurso de grande relevância para a atratividade turística de uma localidade, porém devido à globalização há um aumento na homogeneização da cultura em todos os lugares, isso segundo Swarbrooke (2000, p. 38) “é o resultado dos efeitos de culturas populares globais como a televisão, a música e o cinema”; o autor ainda afirma que “essa redução na diversidade cultural pode reduzir também a motivação de viajar para vivenciar outras culturas”, o que confirma o valor da diversidade cultural como atrativo turístico.

O resultado de todo um processo de colonização e migrações, visando à ocupação do território brasileiro, faz o Brasil ser conhecido pela sua pluralidade étnica e diversidade cultural. Assim, são visíveis as diferenças culturais entre as cinco regiões brasileiras, o que proporciona ao país grande potencial turístico.

Devido às influências culturais pelas quais o Brasil passou não se encontra no território uma identidade única, segundo Weffort (2000, p. 63), a diversidade cultural é essencial na construção do país e isso está relacionado com as circunstâncias históricas em que a nação foi formada; dessa forma, no caso brasileiro, a identidade se concebe sempre como um espaço de diversidade.

Em concordância, Andrade (2000, p. 142) afirma que é necessário entender a identidade como um processo dinâmico, “um processo de personalização, sempre

mutável e provisório”; a partir deste processo é despertado no indivíduo também o sentimento de pertencimento a algum grupo ou mesmo lugar.

As diversas culturas que formam o Brasil devem ser valorizadas a partir do reconhecimento da contribuição de cada uma delas na constituição da identidade brasileira, pois há um convívio pacífico e criativo dos diferentes componentes da diversidade cultural. Quanto ao aproveitamento turístico dos elementos culturais, Marção (2009, p. 5) afirma que “a heterogeneidade e a diversidade cultural devem ser fatores valorizados pela atividade turística como um atrativo, estimulando o deslocamento, aguçando a curiosidade e a vontade do turista pelo novo e autêntico”.

Com o conhecimento da cultura brasileira é possível conhecer um pouco mais do Brasil, por esse motivo deve existir a preocupação em proporcionar ao público a oportunidade de conhecer as características regionais do país. Tendo em vista que “a sociedade contemporânea caracteriza-se pela diversidade cultural, com a formação de grupos e segmentos sociais com modos de expressão próprios, marcados pela coexistência” (SANTOS, 2009, p. 2), tornam-se relevantes promoções culturais diversas, tais como exposições de hábitos e costumes, gastronomia, etc, com intuito de promover o intercâmbio cultural, valorizando assim as manifestações culturais.

Na definição do dicionário Michaelis (2010, s/p), tradição é o ato de entregar, transmitir; o conjunto de usos, ideias e valores morais, costumes, etc., conservados num povo e transmitidos de geração em geração. Devido à necessidade de haver um nexo de conhecimento entre as gerações, torna-se indispensável o cuidado no planejamento para que não haja descaracterização das manifestações culturais tradicionais pela utilização turística.

A discussão de Fagundes (s/d, s/p), historiador e folclorista, sobre o assunto vem confirmar que “Tradição é um culto, o culto dos valores que os antepassados nos legaram”; o autor ainda distingue a tradição na visão jurídica, sendo “a entrega de um bem pelo qual se pagou o justo preço e pelo qual o homem recebe o bem que adquiriu pela compra” e a tradição na visão cultural, como “a entrega de valores culturais de uma geração para outra”. Portanto, a partir desse entendimento sobre a tradição, o historiador afirma que esta “existe praticamente em todos os povos, mais exacerbada nos grupos sociais onde coexistem duas sociedades paralelas, uma rural e uma urbana, não conflitantes e até freqüentemente aliadas”, como no caso do Rio Grande do sul, por exemplo.

O desenvolvimento da atividade turística pode ser visto como uma forma de viabilizar a valorização cultural, uma vez que “[...] o turismo pode também atuar como agente de difusão de uma localidade, exigindo para tanto, e até provocando, o resgate de valores e a sua necessidade de preservação” (Bahl, 2004, p. 53). Destaca-se, com isso, o papel do turismo cultural como “[...] uma atividade que proporciona acesso ao patrimônio cultural de uma comunidade, ou seja, é tudo aquilo criado pelo homem, bem como seus usos e costumes, com o intuito de promover a preservação dos mesmos” (PECIAR, 2006, p. 41).

No que diz respeito à Curitiba, são encontradas diferentes etnias referentes aos imigrantes que inicialmente ocuparam este território, porém, segundo Bahl (2004, p. 58):

Posteriormente observou-se a chegada de novos contingentes populacionais oriundos de outras regiões do Estado, além dos provenientes de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, posteriormente de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e mais recentemente de várias outras regiões do Brasil.

E de acordo com o Guia Geográfico (2010, s/p) da cidade, “índios, garimpeiros portugueses e espanhóis, escravos africanos, tropeiros, imigrantes e brasileiros vindos de outros estados, proporcionam a Curitiba uma riqueza étnica e cultural importante e diversificada”; dessa forma, a questão da diversidade cultural não é diferente na capital paranaense.

Considerando a formação cultural da capital paranaense, são encontrados, na cidade, vários monumentos que homenageiam as etnias dos diferentes imigrantes que colaboraram com esta diversificação da cultura. Tais monumentos possuem aproveitamento turístico, uma vez que fazem parte do roteiro da Linha Turismo de Curitiba, assim, torna-se necessária a promoção de atividades que venham divulgar também os elementos que compõem a diversidade cultural brasileira existente na localidade.

3.2. Curitiba e o turismo

Diferentes segmentos turísticos são trabalhados na capital paranaense, devido a seu potencial de oferta diversificada. A cidade de Curitiba apresenta uma imagem positiva aos seus visitantes tanto em relação ao turismo quanto às soluções urbanísticas encontradas.

Segundo informações da prefeitura de Curitiba (2010, s/p) a capital paranaense foi fundada em 29 de março de 1693, quando foi criada a Câmara. Ao longo do século XX, com a vinda de imigrantes estrangeiros o cotidiano da localidade adquiriu nova conotação pela incorporação à cidade de seus modos de ser e de fazer que atualmente:

[...] são bem curitibanas festas cívicas e religiosas de diversas etnias, dança, música, culinária, expressões e a memória dos antepassados. Esta é representada nos diversos memoriais da imigração, em espaços públicos como parques e bosques municipais (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2010, s/p).

Curitiba é tida como uma cidade planejada “[...] e premiada internacionalmente, em gestão urbana, meio ambiente e transporte coletivo”, devido a uma carência de marcos de paisagem natural, a cidade acabou criando seus principais referenciais “pela mão humana”.

De acordo com Trindade e Andreazza (2001, p. 109), a ideia de fazer de Curitiba pólo cultural do Estado, vem de muito tempo (por volta de 1953), quando o então governador Bento Munhoz da Rocha Neto “definiu Curitiba como palco privilegiado para a instalação dos símbolos do progresso, da modernidade e da identidade da sociedade paranaense”.

Em relação à construção da imagem, Marção (2009, p. 7) diz que “o destino turístico não possui apenas a atrativo físico, mas também o simbólico constituído a partir do significado de lugar, expresso em sua imagem”.

Além dos antecedentes históricos, a capital paranaense conta também com alguns “prêmios” que confirmaram sua identidade de “capital cultural”. No ano de 2003, Curitiba foi eleita a “Capital da Cultura das Américas” partindo de uma proposta da Organização Capital Americana da Cultura, de acordo com a empresa de consultoria Base 7¹; tal projeto teve o intuito de contribuir para um melhor conhecimento entre os povos da América e projetar a cultura americana nos demais

¹ Empresa provedora de ideias e soluções para empreendimentos culturais, atuando com planejamento, produção e coordenação de projetos e consultoria.

continentes. A programação cultural de Curitiba em 2003 integrou atividades com diferentes abordagens, desencadeando expressiva movimentação interna e projeção internacional, trazendo benefícios à cidade nos âmbitos artístico, cultural, educacional, científico, social, econômico, urbanístico, político e turístico, entre outros.

Já no final do ano de 2007, Curitiba foi eleita o Melhor Destino Cultural e o Melhor Custo-Benefício para Turismo da região Sul pelo Guia O Melhor do Brasil 2008, da revista *Veja* (Edição Especial – Dezembro de 2007). Neste guia, foram destacados pela revista o turismo de negócios praticado na cidade e a programação cultural, que inclui festivais de música e o Festival de Teatro.

Com todos estes destaques, atualmente já está consolidada a imagem de Curitiba como capital cultural, devido à diversificada oferta de espaços e atividades culturais na cidade; outro fator que contribui para esta identificação cultural é a grande valorização das diferentes etnias (polonesa, ucraniana, alemã, etc.) que compõem a população curitibana.

Quanto ao perfil do turismo na cidade, de acordo com a Secretaria de Estado do Turismo (SETU PR):

Curitiba é uma cidade que atrai turistas e excursionistas de todas as regiões do Paraná, do Brasil e do mundo, por ser a capital do Estado e ter aspectos peculiares em relação à cultura, importância histórica, inovações urbanísticas e a elevada qualidade de vida (SETU, 2010, s/p).

Nota-se também que, em relação ao perfil do turista que visita a cidade, conforme dados estatísticos da SETU, entre os anos de 2005 e 2007 a maior parte dos visitantes é do próprio Estado, seguido pelo Estado de São Paulo que em 1995 era o principal emissor (32,1%), outros emissores de turistas à capital paranaense são: Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.

No que diz respeito à imagem de Curitiba, os turistas a viam (de acordo com estatísticas entre 2001 e 2005) como Cidade com Qualidade de Vida seguida por Cidade Ecológica (SETU, 2010, s/p), já a imagem de cidade cultural, na época ficou em terceiro lugar. Atualmente o segmento de turismo cultural em Curitiba vem crescendo a partir de diferentes enfoques e conta com infraestrutura favorável para seu desenvolvimento.

3.3. Vestígios da cultura gaúcha no Paraná

A presença da cultura gaúcha em Curitiba ocorre pela influência desta cultura no contexto do Estado do Paraná que recebeu migrantes de diversos lugares durante o processo de ocupação de seu território ao longo dos anos.

Assim como as outras manifestações encontradas pelo Brasil, a cultura gaúcha também sofreu influências para sua formação, podendo ser citadas as imigrações europeias além da proximidade com o Uruguai e a Argentina, cultivando as tradições dos pampas. “Entre elas estão o chimarrão, o churrasco e o uso de trajes típicos [...]” (RADESPIEL, 1999, p. 81).

Para o Movimento Tradicionalista Gaúcho – MTG, “as danças tradicionais foram, sem dúvida, as grandes difusoras da extraordinária expansão do tradicionalismo gaúcho”. Dessa forma, a partir de sua formação, a cultura gaúcha ganha forças e passa a influenciar toda a região, tendo suas principais manifestações na culinária, na literatura e na dança.

Historicamente houve diferentes formas pelas quais os gaúchos adentraram o território paranaense. O tropeirismo foi uma delas, por ser uma atividade fundamental na promoção do desenvolvimento do interior e estimular a ocupação de territórios, fixando as populações.

De acordo com Nadalin, (2001, p. 49), a partir do final da década de 1720 foi construída a estrada que ligava o Viamão (RS) aos Campos Gerais (PR); esse caminho e a integração da economia paranaense ao *tropeirismo* possibilitaram o desligamento “econômico” que existia entre Curitiba e Paranaguá.

Através do tropeirismo, até o século XIX, diversas pequenas cidades, como era também Curitiba, na época, receberam importante contribuição devido ao desenvolvimento das regiões por onde as tropas passavam. Segundo o Guia Geográfico (2010), tal atividade “foi responsável pela integração econômica e cultural entre muitas regiões longínquas do Brasil Colônia”.

Outra forma de ocupação do Paraná foi por meio das migrações. No século XIX, de acordo com Trindade e Andreazza (2001, p. 96-97), houve a diversificação do Paraná com a contribuição da cultura trazida pelos imigrantes no Norte do Estado. Na década de 1950, devido a um planejamento de ocupação por parte do

governo paranaense, o Oeste do Estado atraiu migrantes oriundos do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Tais acontecimentos ocasionaram mudanças para os habitantes desta localidade:

Em termos culturais, o modo de viver local viu-se acrescido com hábitos e valores dos gaúchos e catarinenses. Os *gaúchos*, sobretudo, trouxeram danças, música e trajes, expressões de linguagem, as comemorações introduzidas pelos Centros de Tradições Gaúchas e até o hábito de torcer pelos times de futebol dos *Pampas*. (TRINDADE; ANDREAZZA, 2001, p. 97).

Desde 1910, Curitiba já era centro político, econômico, militar, estudantil e cultural, pois passava por um crescente desenvolvimento; por conta disso, Trindade e Andreazza (2001, p. 100) dizem que “talvez atraídos pela propaganda divulgada pela imprensa, muitos migravam do interior para Curitiba, em busca de estudo, trabalho, ou simplesmente melhorar de vida”.

Dessa forma, segundo as autoras, no ano de 1950 percebia-se que uma parte do contingente de novos moradores que chegavam a Curitiba era de estudantes vindos do interior e de outros Estados (São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Minas Gerais, etc), pois a capital paranaense já possuía fama de cidade universitária.

É relevante considerar os dados de uma pesquisa que foi encomendada pelo jornal Gazeta do Povo ao Instituto Paraná Pesquisas, publicada no referido jornal em janeiro de 2010, para tentar encontrar identidade cultural no Paraná; como resultados foram encontrados várias diferenças culturais entre quem vive no interior e o morador da capital. De acordo com os correspondentes do referido jornal, Milan e Cruz (2010, s/p), entre as dificuldades de se traçar um perfil único do paranaense está a eleição de um prato típico, “o churrasco, que é popularmente gaúcho, é o mais votado tanto pela população da capital como pela do interior”.

A partir desta discussão inicial, percebe-se a existência de vestígios da cultura gaúcha presentes no Paraná e também na capital paranaense, uma vez que o Estado se identifica bastante com suas raízes que, neste caso, estão muito vinculadas às tradições gaúchas, um dos componentes da diversidade cultural paranaense.

Como formas de manifestação da cultura gaúcha destacam-se para este trabalho os seguintes elementos: música, dança e indumentária, representados

pelas invernadas artísticas nos Centros de Tradições Gaúchas (CTG's); o churrasco, chimarrão e algumas outras iguarias típicas do Rio Grande do Sul em relação a gastronomia; além das torcidas do Grêmio e Internacional no que diz respeito ao futebol.

De acordo com Zatti (1994, p. 29), “a tradição é o ato de transmitir notícias de feitos antigos. É a comunicação pela qual um povo mostra e transmite seus ritos e costumes, de pai pra filho no decorrer dos tempos ao sucederem-se as gerações.” Dessa forma, os gaúchos buscam passar não só suas recordações como memória, mas sim a cultura “viva”, através dos CTG's.

Os CTG's são instituições que buscam manter e divulgar as tradições, folclore e cultura gaúcha. Nas palavras do historiador Savaris (2007, s/p):

O Centro de Tradições Gaúchas é uma associação de pessoas com objetivos culturais, sociais, lúdicas. Diferencia-se de outras associações e clubes por se dedicar ao resgate, valorização e divulgação do folclore e da cultura típica gaúcha, construída ao longo da história do Estado do Rio Grande do Sul. [...] Outro diferencial dos CTG's, é a nomenclatura das funções e dos setores da associação: o presidente é chamado “patrão”, o vice-presidente denomina-se “capataz”, o secretário é chamado “sota-capataz”, os departamentos são “invernadas”, etc.

De acordo com Freitas (2009, p. 203) o primeiro Centro de Tradições Gaúchas (CTG), no estado do Rio Grande do Sul, foi criado em 1948, tal fato trouxe como consequência a valorização da história do Estado. Este primeiro CTG recebeu nome de 35 CTG – Centro de Tradições Gaúchas, referenciando o ano de deflagração da Revolução Farroupilha, em 1835. A autora ainda confirma que a “Revolução Farroupilha é comemorada até hoje no Rio Grande do Sul, sendo o dia 20 de setembro considerado o Dia do Gaúcho”.

Segundo Carvalho, em entrevista concedida à autora, o primeiro CTG fora do Rio Grande do Sul foi criado em Ponta Grossa - PR, porém este já não existe mais, sendo o Vinte de Setembro o mais antigo ainda em atividade no Paraná. No entanto, Dacanal (1992, s/p) afirma que no início da década de 1970 que se disseminam de forma mais “radical” os CTG's por todas as cidades do Rio Grande do Sul e inclusive por Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso, lugares para onde costumavam migrar os gaúchos.

Dentro da cultura gaúcha existem diversas danças de diferentes gerações. Para o folclorista Côrtes (2001, p.12):

A **interpretação** da dança é da MAIOR importância e validade, pois traduz a característica de uma **Época**; a expressão de **Vida** de uma **Coletividade**; o desenvolvimento **sócio-cultural** de uma **Comunidade**, enfim, o **FOLK**, que é o próprio **sentir, agir e reagir natural do povo** (grifos do autor).

Considerando as principais danças, segundo Côrtes (2002, p. 28-30), podem ser citadas as danças profanas: Tirana do lenço, Tatu, Tirana-do-Ombro, Caranguejo, Quero-mana, Rilo, Pericón, Siriri, Chimarrita, Maçanico, Pezinho, Valsa (valsa campeira), Chotes gauchescos, Rancheira, Mazurca Havaneira, Bugiu, Chorosa, Sarna, Graxaim, Chamamê, Milonga, Anú, Balaio; São Gonçalo do Amarante – dança religiosa; as danças masculinas como a chula (dança desafio), dança dos facões, etc.; as danças especiais: Chotes das duas damas; danças ensaiadas (para exibição a um público): Pau-de-fita, Faca maruja, Jardineira. Estes são apenas alguns exemplos.

Com algumas definições de Zatti (1994, p. 91 – 93) e informações do site “portal gaúcho” (2010, s/p), segue quadro (1) com breve descrição das principais danças praticadas pelas invernadas artísticas dos CTG's (Figuras 1 e 2):

DANÇA	DEFINIÇÃO/DESCRIÇÃO
Anú	Dança de pares soltos, mas não independentes. Divide-se em duas partes distintas: uma para ser cantada e outra para ser sapateada. Foi fandanguera em meados do século passado.
Balaio	Originária do Nordeste brasileiro, é dança sapateada e, ao mesmo tempo, dança de conjunto. Além do sapateio destaca-se a formação de rodas que giram.
Caranguejo	É dança grave, de pares dependentes, lembrando uma possível origem no minueto.
Chimarrita	Dança que veio dos Açores, no início do povoamento do Rio Grande do Sul, com versos para cantar. Dança de pares em fileiras opostas.
Chote de Duas Damas	Variante do chote, que o homem dança com duas damas. Diz-se que teve origem num momento em que por causa das guerras havia poucos rapazes nos bailes.
Chote Carreirinha	Variante do chote - corresponde à dança que os colonos alemães chamam de 'ritsch-polk'. Na primeira parte da dança, os pares desenvolvem uma pequena corrida compassada, o que deu razão ao nome da dança: carreirinha.

DANÇA	DEFINIÇÃO/DESCRIÇÃO
Chula (Figura 3)	Dança de agilidade masculina, que os sapateadores demonstram suas habilidades evolutivas, em torno de uma lança largada no chão.
Dança dos Facões	Dança de esgrima, com utilização de facões, em lugar de paus e espadas.
Maçanico	Surgiu em Santa Catarina. É dança de pares soltos semi-independentes.
Malambo	Sapateado argentino, executado apenas por homens.
Pau-de-Fita	Dança conhecida universalmente. Dança-se em torno de um mastro formando figuras com as fitas de acordo com as evoluções dos dançarinos que levam as fitas, em duas cores, uma para os homens e outra para as mulheres, nas mãos fazendo os entrelaçamentos.
Pericón	Dança de conjunto, surgida no Prata.
Pezinho	É a mais conhecida dança do folclore gaúcho, onde os dançarinos apresentam duas partes: na primeira há uma marcação dos pés e na segunda os pares giram em torno de si próprios, tomados pelo braço.
Rancheira de Carreirinha	Variante simples da rancheira, dançada grupalmente.
Rilo	Com origem na Escócia, é uma dança de roda com forma de '8'.
Tatu, com Volta-no-Meio	Dança de sapateio de pares soltos, que na coreografia ganhou o acréscimo de uma volta no meio.
Tatu Novo	Surgido em 1954, adaptado à música do 'Anuário', com base no antigo tatu sapateado.
Tirana do Lenço	Nasceu em Madri, em 1773, e chegou ao gosto gauchesco, sendo absorvida pelos CTG's. Os dançarinos são pares soltos que entre passeios e sapateios dos homens e sarandeios das mulheres, agitam pequenos lenços na indicação de uma conquista entre o homem e a mulher.

QUADRO 1 – DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS DANÇAS

FONTE: A autora (2010)

Já em relação à música, nota-se a predominância do acordeão (chamado de gaita – Figura 4). Considerando a origem do gaúcho, Cavalli diz que “[...] imperam no cancionero os temas de linguagem simples como a vida campesina, o respeito à mulher e às instituições da sociedade, além da exaltação à natureza”.

Quanto às músicas para danças de salão, Zatti (1994, p. 93-94) diz que existem dez ritmos que caracterizam a música gauchesca e que se destacam como principais: Avaneira (habanera, avanera, vaneira, vanera), Bugio, Canção, Chamané, Chamarrita (chimarrita), Chote (chotes, xote), Milionga, Rancheira, Vaneirão (vanerão), Toada.

Com base em diversas fontes de pesquisa (RADESPIEL, 1999; IGTF, 2010; MTG, 2010; ZATTI, 1994; entre outras) é possível afirmar que a composição da indumentária gaúcha (Figuras 5, 6 e 7) – chamada de pilcha – conta com: bombacha (calças folgadas, de origem turca, presas ao tornozelo), poncho e lenço no pescoço, bota e espora chilena, guaiaca e faca, além do chapéu que repousa nas costas; para a prenda² vestido longo rodado, cheio de babados, tranças e flor no cabelo, o xale é o agasalho. Na sociedade, a qual formou o gaúcho, a mulher participava de tudo, estando sempre ao lado do homem, diferente das mulheres de outras localidades.

Não diferente das outras culturas, o gaúcho gosta de comer bem. Entre as principais iguarias sul-rio-grandense estão: churrasco (Figuras 8 e 9), arroz carreteiro, mocotó à moda gaúcha, recortado gaúcho, café colonial, arroz doce, doce de abóbora, o tradicional chimarrão, etc. Segundo as folcloristas Marques e Campos (MTG, 2010, s/p), “O churrasco, assimilado por diversos grupos, é largamente apreciado reunindo pessoas em dias festivos. O arroz ‘carreteiro’ aparece em quase todo o Estado”.

O costume de comer carne assada, de acordo com Lamberty (1989 apud Fórum Gaúcho, 2010, s/p) é milenar e existem diversas formas de se fazer churrasco: sobre as brasas, labaredas ou sob o calor do fogo, com ou sem espetos (estes podem ser de ferro ou de madeira). O autor segue dizendo que “nas regiões campestres é tradicional o uso de espetos de madeira verde, especialmente pitangueira, que transmite sabor agradável à carne”. Embora o churrasco tenha adquirido maior intensidade e importância no Rio Grande do Sul (acompanhando a trajetória do gaúcho ao longo da história), é um prato amplamente apreciado também nos demais Estados brasileiros.

Para Zatti (1994, p. 84), “sem sombra de dúvidas, o hábito que mais identifica o gaúcho, é o de chimarrar”, tal hábito é uma contribuição dos índios e compõe uma tradição antiga do Rio Grande do Sul que de acordo com o Instituto Gaúcho de

² Segundo o MTG, prenda no Rio Grande do Sul é a mulher gaúcha e seu par é o peão.

Tradição e Folclore (IGTF, 2010) “[...] é um símbolo da hospitalidade do gaúcho, que oferece sempre a qualquer visitante. O costume de tomar chimarrão está bastante difundido, tanto no meio rural como no urbano e faz parte da vida do gaúcho [...]”.

O MTG (2010, s/p) relata que:

[...] o chimarrão é a inspiração do aconchego, é o espírito democrático, é o costume que, de mão em mão, mantém acesa a chama da tradição e do afeto, que habita os ranchos, os galpões dos mais longínquos rincões do pago do sul, chegando a ser o maior veículo de comunicação. [...] O Chimarrão é um hábito, uma tradição, uma espécie de resistência cultural espontânea.

O MTG descreve que o chimarrão (Figuras 10 e 11) também é conhecido como mate amargo, como bebida preferida pelo gaúcho; “é o mate cevado sem açúcar, preparado em uma cuia e sorvido através de uma bomba”.

Existem algumas peculiaridades em relação ao chimarrão que são destacadas no livro “Cevando o mate”, de Glênio Fagundes, as quais foram transcritas no site Página do Gaúcho, a começar pela maneira de tomar o mate (no que diz respeito à companhia):

- Mate solito: quando não precisa de estímulo maior para matear, a não ser a sua própria vontade. É o verdadeiro mateador.
- Mate de parceria: quando se espera por um ou mais companheiros para matear a fim de motivar o mate, pois não gosta de matear sozinho.
- Roda de mate: é na roda de mate, que esta tradição assume seu apogeu, agrupando pessoas sem distinção de raça, credo, cor ou posse material.

A tradição diz que o gaúcho nunca pede um mate, por mais vontade que tenha, podendo sugeri-lo de forma sutil esperando que lhe seja oferecido. Até pessoas de fora deste meio percebem o respeito mítico nas rodas de mate. Quanto ao ritual, deve-se receber o mate ou entregar a cuia de mate sempre com a mão direita, sendo a única exceção no caso da mão direita estar ocupada, nessa situação a pessoa deverá dizer:

- “Desculpe a mão!”

E obter como resposta:

- “É a mesma, a do coração”.

Seguindo-se o costume, no ato de encher o mate pega-se a cuia com a mão esquerda e o recipiente com a direita. Na sequência acomoda-se o recipiente e se

troca a cuia de mão para matear ou oferecer o mate, seguindo-se, sempre, pelo lado direito. É comum, após o primeiro mate (que sempre é do cevador, o que faz o mate), se iniciar a roda de mate a partir do mais velho ou de alguém a quem se queira homenagear. Na chegada de alguém a quem se deseja mostrar respeito especial, quando a roda já estiver iniciado, é fechado um novo mate em sua homenagem.

Em épocas remotas o mate serviu de veículo para envenenamentos, deste tempo tornou-se tradicional o primeiro mate ser daquele que o faz indicando que o chimarrão está em condições de ser tomado, uma vez que é servido o mate, deve ser tomado todo até esgotá-lo, fazendo “roncar a cuia”.

Em relação ao futebol, este é um elemento que remete a um sentimento de nação, que segundo Campos (2006, p. 5) “não se restringe a um fenômeno esportivo, mas também social, cultural e espacial”. Ainda nessa linha, o autor (p. 65) afirma que “O futebol, além de manifestar uma cultura nacional, também afirma culturas locais. Esta cultura local é manifestada, principalmente, através dos clubes e das rivalidades”.

No Rio Grande do Sul é encontrada uma das maiores rivalidades do futebol brasileiro, o GRE-NAL (Grêmio x Internacional), sendo que o primeiro clássico foi realizado em 18 de Julho de 1909 com o placar de 10x0 para o Grêmio (MEMORIAL HERMÍNIO BITTENCOURT, 2009, p. 10). Os dois clubes são considerados, desde 2009, Patrimônio Histórico Cultural e Afetivo de Porto Alegre por fazerem parte da história do Rio Grande do Sul, o que demonstra a relevância destes clubes dentro da cultura gaúcha.

O Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense foi fundado em 15 de Setembro de 1903 é o mais antigo dos dois principais times da capital gaúcha; o Imortal Tricolor, como é conhecido, veste as cores azul, preto e branco. Os símbolos que representam o Tricolor gaúcho são o brasão e a bandeira (Figuras 12 e 13), a camisa tricolor e o mascote – o Mosqueteiro – (Figuras 14 e 15), o hino (do compositor gaúcho e gremista Lupicínio Rodrigues) e Lara “o craque imortal” que, inclusive, é mencionado no hino do clube. Seu estádio atual é o Olímpico Monumental, localizado na Azenha – Porto Alegre, no entanto está sendo construída a Arena do Grêmio, no bairro Humaitá, com previsão de ficar pronta em 2012, com interesses na Copa do Mundo de 2014.

O Grêmio possui mais de 180 títulos de campeão, contabilizando os nacionais e internacionais, sendo o mais importante o do Mundial Interclubes, em 1983. O clube conta com a maior torcida do Rio Grande do Sul, da região Sul e é atualmente a sétima maior do país (com 6,4 milhões de torcedores, segundo ranking da Federação Internacional de Futebol – FIFA).

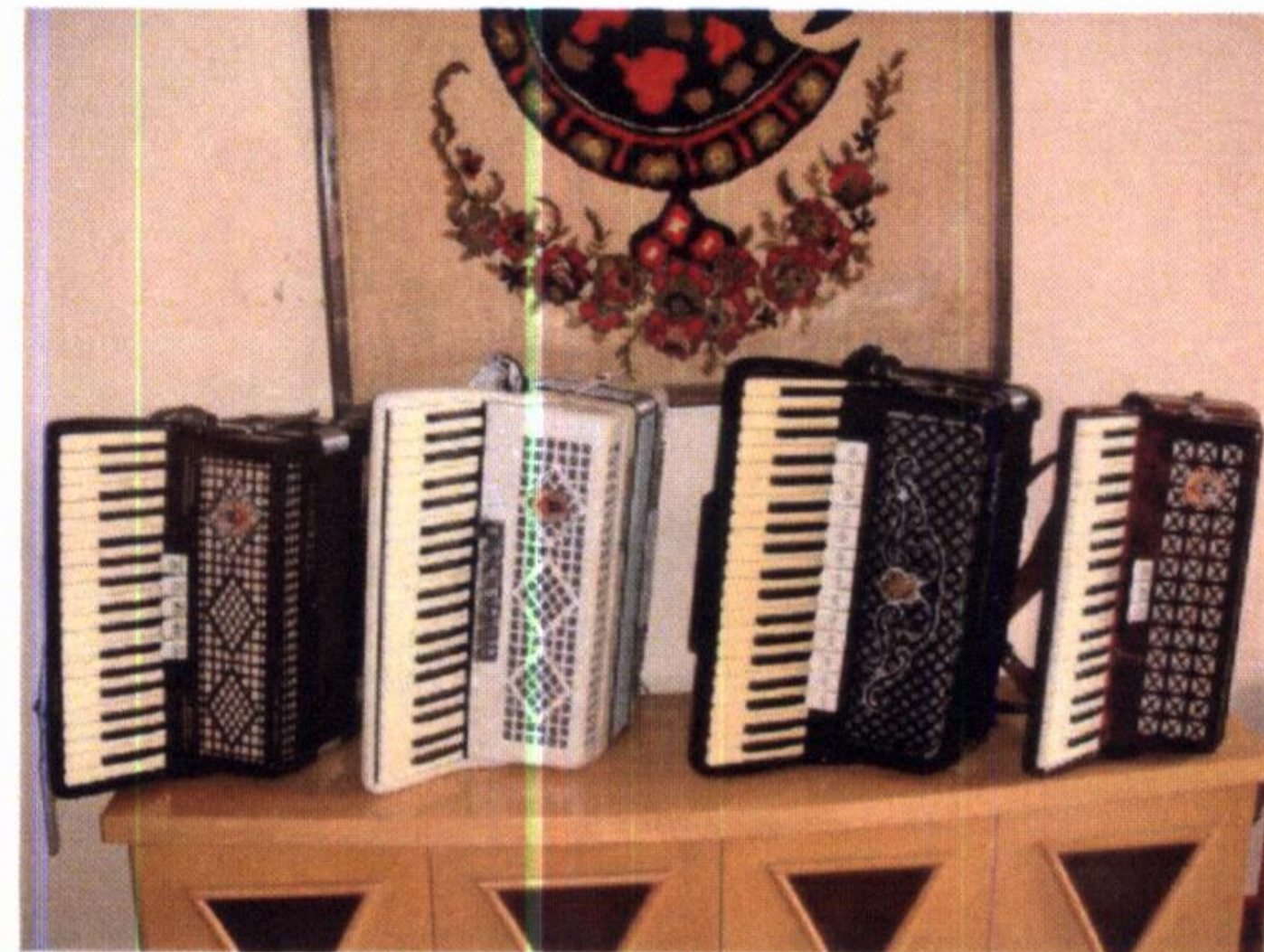
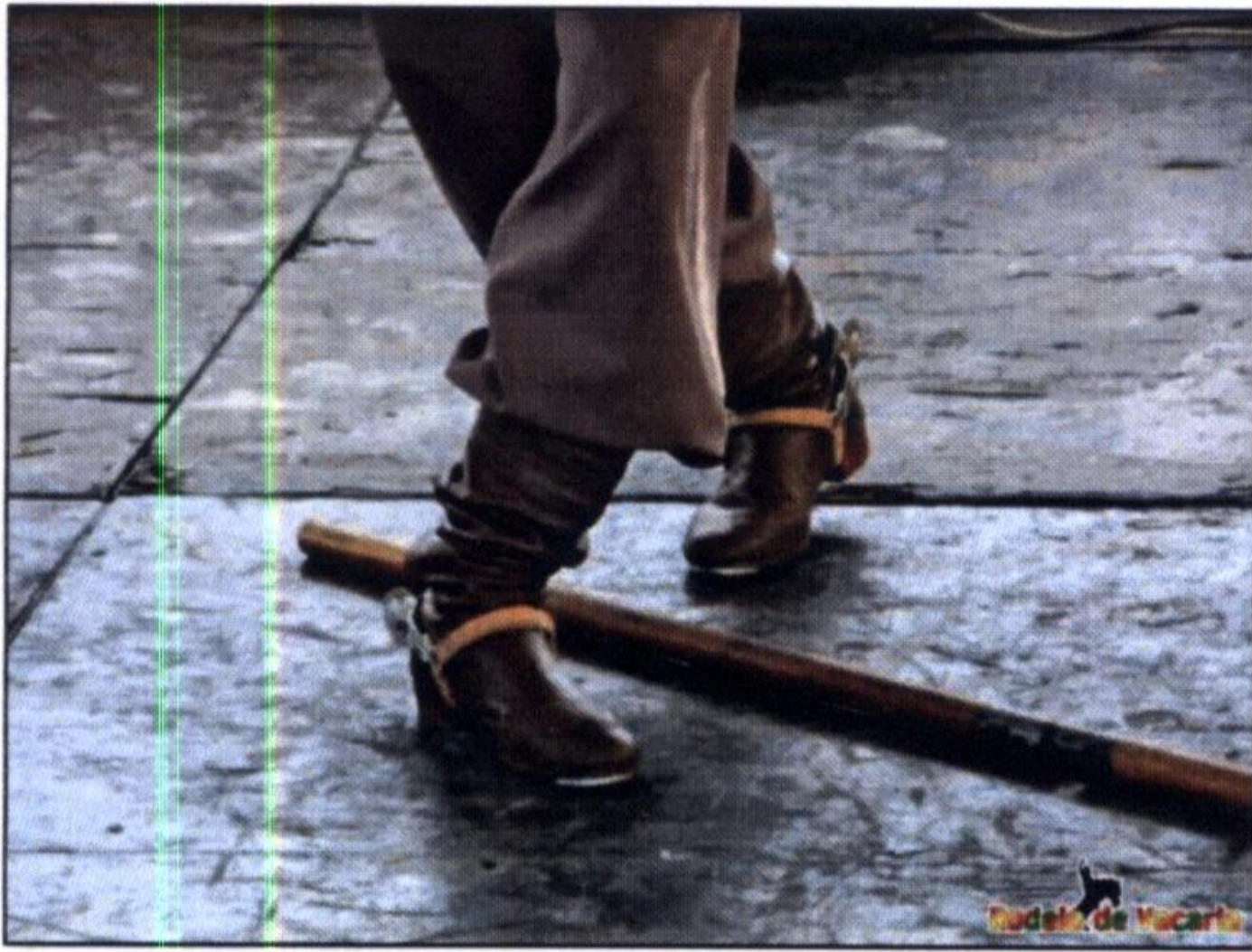
Já o Sport Club Internacional foi fundado em 04 de Abril de 1909, é conhecido como Colorado e veste as cores vermelho e branco (Figura 16). Os elementos que o caracterizam são o escudo (Figura 17), a bandeira (Figura 18), o hino (escrito por Nelson Silva, compositor carioca, morador de Porto Alegre e torcedor colorado) e o mascote – o Saci – (Figura 19). A “casa” do Internacional é o Beira-Rio, no bairro Praia de Belas em Porto Alegre, atualmente o estádio passa por reformar de modernização, uma vez que é indicado para receber os jogos da Copa do Mundo 2014.

O Internacional possui mais de 90 títulos (nacionais e internacionais), sendo o mais importante o de campeão da Copa do Mundo de Clubes FIFA, em 2006. A torcida do clube está atualmente em nono lugar, segundo ranking da Federação, com 4,7 milhões de torcedores.

Os dois principais times de futebol do Rio Grande do Sul fazem parte da história do Estado, configurando como elemento da cultura gaúcha e também como tradição levada pelos gaúchos ao saírem de sua terra de origem. Outra explicação para a existência de torcedores de Grêmio e Internacional em outros Estados se deve ao fato de ser o futebol uma “paixão nacional”.



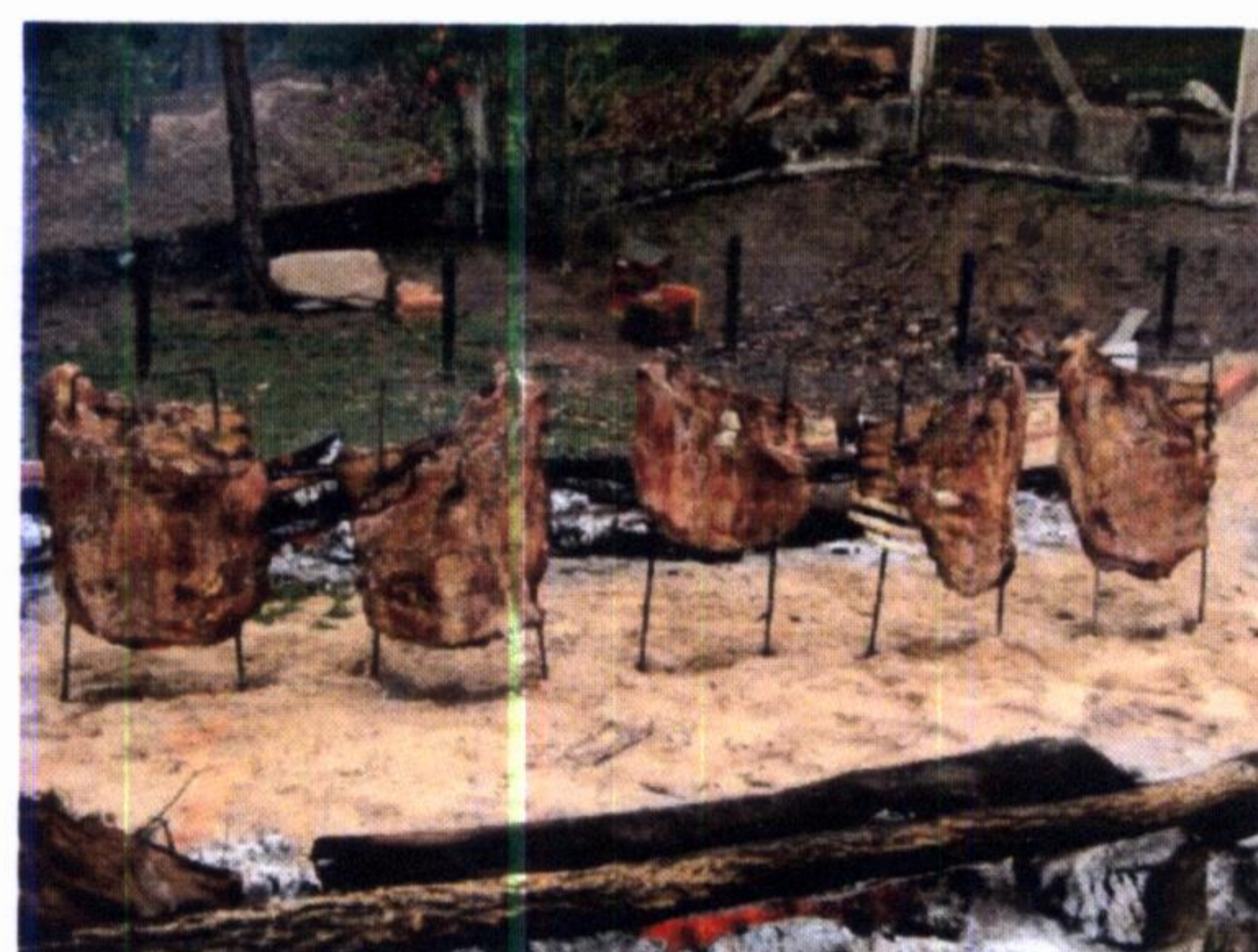
FIGURAS 1 e 2 – INVERNADAS ARTÍSTICAS
FONTE: Google imagens



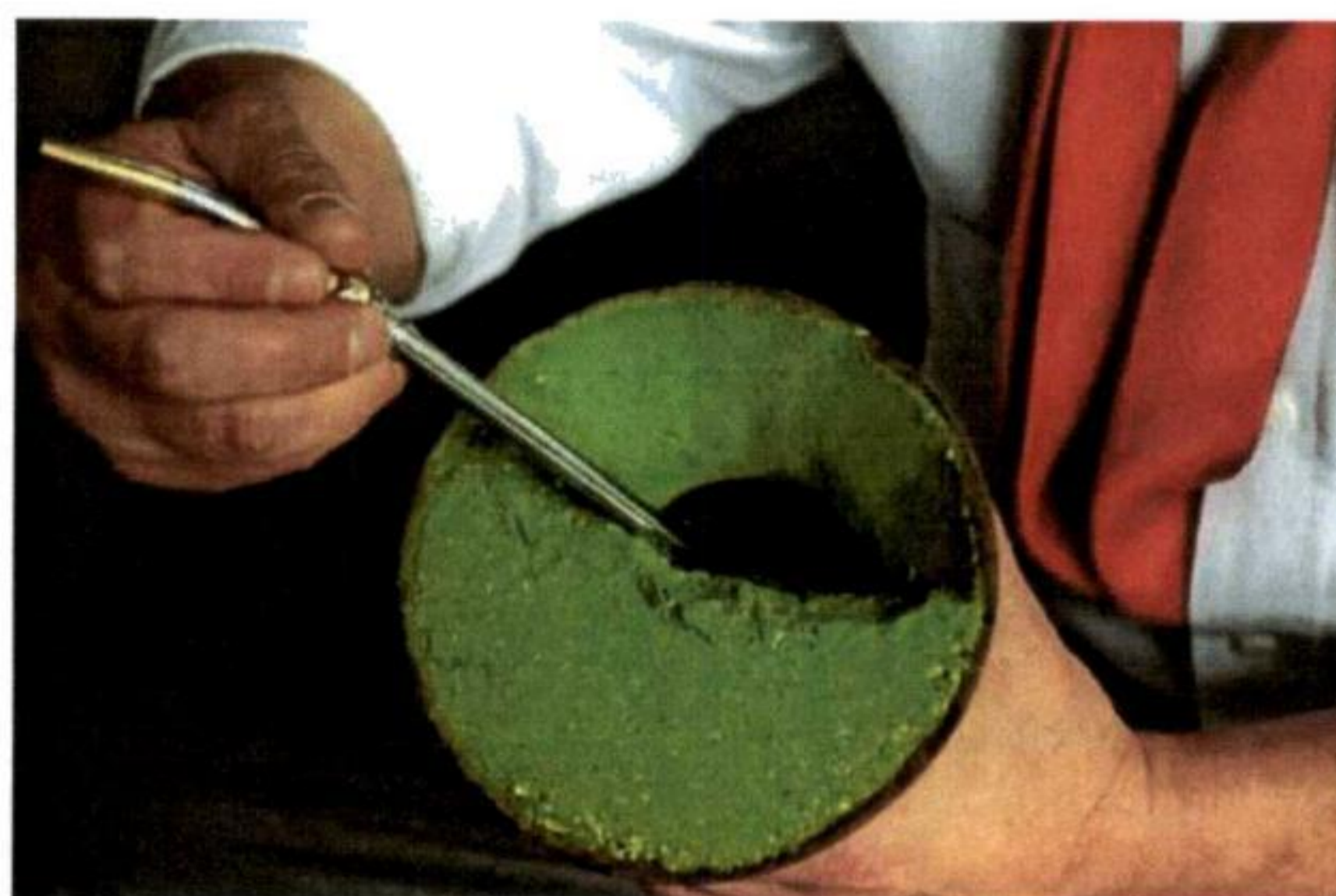
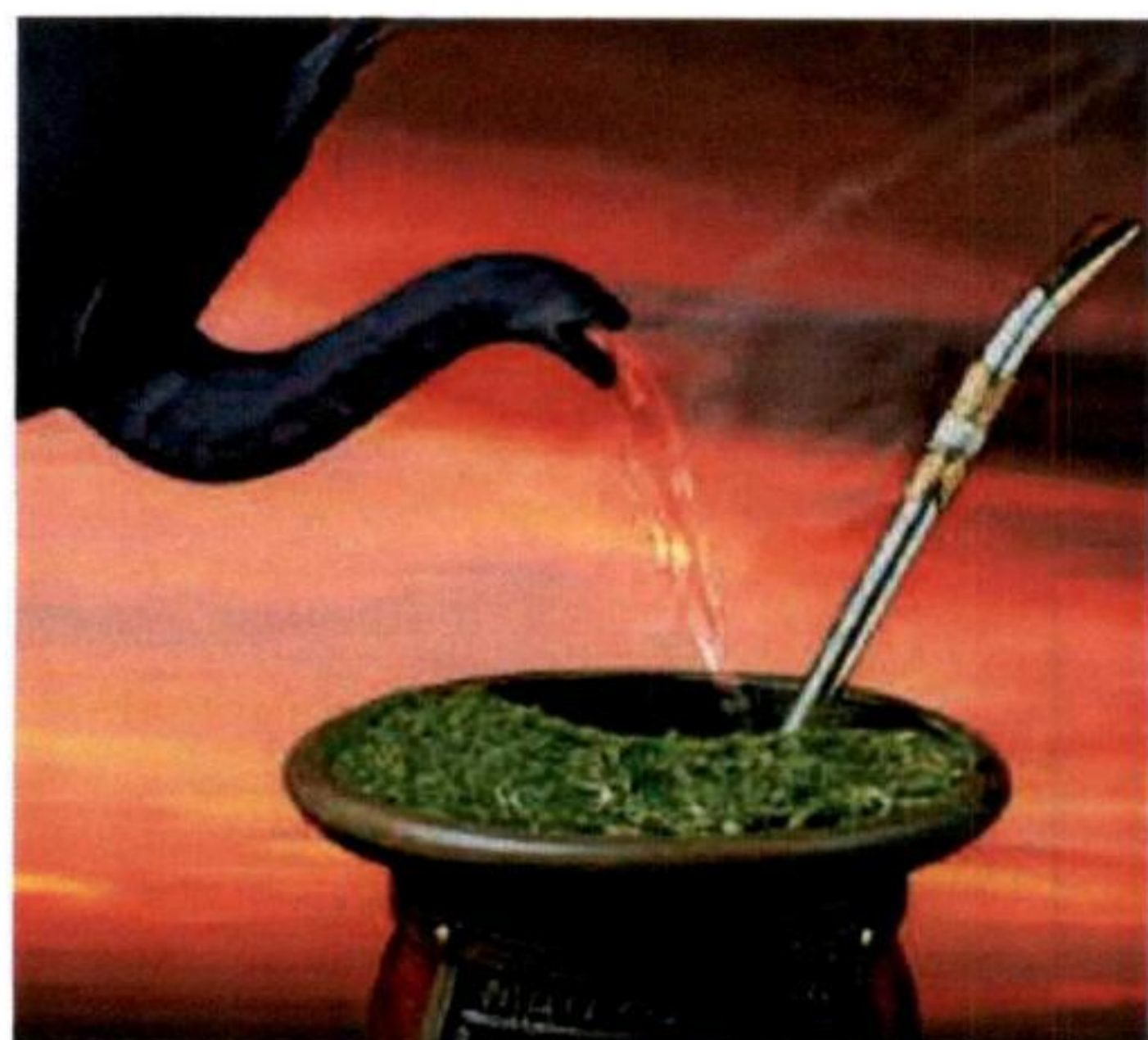
FIGURAS 3 e 4 – DANÇA CHULA E GAITA
 FONTE: www.rodeiodevacaria.com.br e Google imagens



FIGURAS 5, 6 e 7 – INDUMENTÁRIA GAÚCHA: PEÃO E PRENDA
 FONTE: Google imagens



FIGURAS 8 e 9 – CHURRASCO
 FONTE: Google imagens



FIGURAS 10 e 11 – CHIMARRÃO
FONTE: Google imagens



FIGURAS 12 e 13 – ESCUDO E BANDEIRA GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE
FONTE: www.gremio.net



FIGURAS 14 e 15 – CAMISA E MASCOTE GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE
FONTE: www.gremio.net



FIGURAS 16 e 17 – CAMISA E ESCUDO SPORT CLUB INTERNACIONAL
 FONTE: www.internacionaal.com.br



FIGURAS 18 e 19 – BANDEIRA E MASCOTE SPOR CLUB INTERNACIONAL
 FONTE: www.internacional.com.br

A partir da explanação feita acima, dos elementos que representam a cultura gaúcha, tais referenciais serão retomados, a partir deste ponto, em uma exposição de sua efetiva representação na cidade de Curitiba.

Curitiba faz parte da 1ª RT (Região Tradicionalista), são 17 RT's no Paraná, segundo Carvalho (2010) esta divisão foi acontecendo de acordo com o surgimento de CTG's ao longo de diferentes regiões, sendo a Primeira o local de surgimento dos primeiros CTG's e assim por diante. A 1ª RT conta com diversos CTG's que fazem parte do Movimento Tradicionalista Gaúcho do Paraná (MTG - PR).

O MTG PR foi fundado em 05 de dezembro de 1975 e de acordo com informações encontradas no seu site, o MTG PR “[...] é uma associação civil e cultural, sem fins econômicos, com jurisdição em todo o Estado do Paraná”, o qual “[...] tem por fim social congregar os Centros de Tradições Gaúchas (CTG's), preservando o núcleo da formação gaúcha e a filosofia do movimento tradicionalista”; entre seus principais objetivos estão o de:

[...] Cultivar e difundir nossa História, nossa formação social, nosso folclore, enfim, nossa Tradição, como substância basilar de nacionalidade; Promover, no seio do nosso povo, uma retomada de consciência dos valores morais do Gaúcho Paranaense.

Em relação à quantidade, não há um consenso entre as listas de CTG's nos sites do MTG PR, 1ª RT e CBTG (Confederação Brasileira de Tradição Gaúcha³), no entanto, com base nestas listas, pode-se dizer que existe uma média de 300 CTG'S no Paraná, sendo cerca de 20 destes na capital paranaense. De acordo com Eduardo Azevedo, assessor de imprensa da câmara dos deputados, em 2007, para reforçar as manifestações da cultura gaúcha o deputado estadual Francisco Bühner criou um projeto transformado em lei cujo "objetivo é de garantir o reconhecimento por parte do Estado a incontestável presença da cultura gaúcha nos hábitos do povo paranaense".

No que diz respeito à gastronomia, considerando resultado de pesquisa anteriormente citada (do jornal Gazeta do Povo), sabe-se que o churrasco é bastante apreciado pelos curitibanos, outro fato que comprova o gosto dos moradores pelas iguarias sul-rio-grandenses é a existência de mais de cem churrascarias na cidade; destas, cerca de setenta constam na lista (do site - link alimentação, categoria churrascarias) do Instituto Municipal de Turismo - IMT e pelo menos cinco são associadas à ABRASEL – PR (Associação de Bares e Restaurantes do Paraná).

Em referência ao futebol, segundo o site da torcida Grêmio Curitiba:

Em Curitiba, o Grêmio tem uma enorme torcida, seja de gaúchos que escolheram a cidade para viver, seja por filhos de gaúchos, ou ainda, por apaixonados por este clube, contagiados pelas façanhas e pelos títulos conquistados ao longo de mais de 100 anos de glórias.

O grupo de torcedores foi consolidado no ano de 2005 e cresce a cada ano, por este motivo agora existe um ponto de encontro (Kiko's Bar, como referência para a torcida, além de Aos Democratas e Roxinho Snack Bar) para que estas pessoas possam se reunir para assistir aos jogos do time. O Grêmio conta ainda com o

³ CBTG (2010, s/p) entidade fundada em 24 de maio de 1987 "com o objetivo principal de congregar as diversas Federações de Tradições Gaúchas já existentes em vários estados brasileiros, pois gaúchos do Rio Grande do Sul foram migrando e, na medida em que se iam estabelecendo em outras querências, levando a saudade do pago, iam plantando as sementes do Tradicionalismo Gaúcho em solo brasileiro".

Consulado gremista em Curitiba, o qual, segundo o Cônsul Gabriel Camargo⁴ (2010), tem como função representar o Grêmio na cidade, em qualquer esfera, mantendo relação com a diretoria do clube visando agregar cada vez mais torcedores fora de Porto Alegre e dessa forma fazer novos sócios.

O Internacional também possui consulado na cidade, conta com a Sociedade Amigos do Sport Club Internacional (SACI), segundo seu site: “uma entidade sem fins lucrativos criada em 2002 com a função de promover encontros dos torcedores do Inter e ajudar o clube a manter suas categorias de base”, com sede em Curitiba. Além de local onde os torcedores se reúnem para torcer nos dias de jogo.

A capital paranaense possui ainda um parque, o Parque dos Tropeiros (localizado na Rua Maria Lúcia Locher de Athayde, 10.000 - Cidade Industrial), que segundo informações do IMT, foi criado em 1994 sendo preservada a cultura gaúcha no local, esta trazida pelos tropeiros e tem o intuito de homenagear o ciclo histórico do tropeirismo⁵. O Parque possui instalações apropriadas à realização de rodeios e apresentações de danças típicas, sendo utilizado em eventos (como bailes e rodeios) relacionados aos CTG's da 1ª Região Tradicionalista, geralmente estes eventos são divulgados pelo site do MTG PR.

Os elementos aqui destacados foram incorporados na cultura paranaense, através de hábitos e costumes vindos do Rio Grande do Sul, portanto, confirma-se a presença dos referenciais da cultura gaúcha na cidade de Curitiba representados, por exemplo, pelas churrascarias, CTG's, torcidas de Grêmio e Internacional e o Parque dos Tropeiros.

⁴ Em entrevista fornecida para este trabalho – Vide Terceiro Capítulo, subitem: 4.2.3. Relatório de análise do segmento futebol

⁵ De acordo com o IGTF (s/d, s/p), é chamado tropeirismo o ciclo histórico surgido de interesses econômicos da comercialização de mulas por pessoas que habitaram o Brasil, os quais faziam o transporte dos animais de Entre Rios (Argentina) para Sorocaba (Brasil). Estes ficaram conhecidos como tropeiros e a rota mais utilizada era o “Caminho de Viamão”, saindo do RS para SP; com o início deste ciclo houve grande contribuição, além da movimentação econômica, no intercâmbio cultural das várias regiões por onde passavam as tropas.

TERCEIRO CAPÍTULO

4. PESQUISA COM INSTITUIÇÕES LIGADAS À TRADIÇÃO GAÚCHA, À CULTURA E AO TURISMO

Neste capítulo apresenta-se como se dá a investigação e busca de informações para a composição deste trabalho, sendo apresentados os relatórios das respostas obtidas através das entrevistas realizadas, o quadro comparativo entre estas respostas, além da interpretação dos dados, com o intuito de responder aos objetivos específicos estabelecidos inicialmente, além de fundamentar a decisão pelo projeto a ser proposto.

4.1. Metodologia de pesquisa

A seguir, serão apresentados os métodos e técnicas de pesquisa utilizados para a coleta dos dados e obtenção de resultados esperados, tal processo orientou a busca por respostas aos objetivos estabelecidos.

Dencker (1999, p. 17-18) afirma que a metodologia “é a maneira concreta como se realiza a busca de conhecimento”, sendo feita através de métodos que se resumem “em uma série de procedimentos realizados pelo pesquisador com a finalidade de reduzir as chances de erro”.

Dessa forma, pesquisas foram iniciadas com intuito de conhecer o objeto de estudo e a partir daí verificar as melhores maneiras de se alcançar os fins sugeridos.

No processo de conhecimento do objeto estudado, o método de pesquisa principalmente de caráter qualitativo se torna o mais adequado, considerando, ainda, que “[...] os métodos qualitativos são resultado de entrevistas que descrevem hábitos, costumes ou histórias de vida que não são quantificáveis e não servem para a generalização” (BRAGA, 2007, p. 67).

Quanto aos objetivos da pesquisa, esta se divide em duas fases: pesquisa exploratória e pesquisa descritiva.

A pesquisa exploratória, segundo Dencker (1999, p. 124), é caracterizada pela flexibilidade do planejamento e visa a possibilitar o aprimoramento de ideias ou descoberta de intuições, pode ser apresentada na forma de pesquisa bibliográfica.

A partir da pesquisa bibliográfica, Dencker (1999, p. 125) diz que se terá maior amplitude em relação ao tema estudado, além de ser possível o levantamento de dados históricos. Também conhecida como pesquisa de gabinete, este tipo de pesquisa é tido como uma “[...] investigação de material secundário [...] em que são feitos levantamentos bibliográficos e análises críticas de materiais já existentes sobre o assunto em questão” (BRAGA, 2007, p. 62).

Para este trabalho a pesquisa bibliográfica foi realizada com base em diversos autores significativos para a área do turismo, buscando-se, ainda, dados em meios eletrônicos sobre Curitiba, além de se pesquisar a respeito da história da vinda dos gaúchos para o Paraná.

A realização da pesquisa exploratória também ocorreu por meio de uma coleta de dados preliminares a campo, a fim de delimitar as fontes de pesquisa empírica, além de verificações sobre o patrimônio imaterial (memória) ligado à cultura gaúcha na cidade.

Na etapa seguinte de investigação, foi realizada uma pesquisa descritiva. Este tipo de pesquisa “procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis” (DENCKER, 1999, p. 124), sendo caracterizada pela análise do objeto de estudo e coleta de informações a campo, diretamente na fonte, com o intuito de saber quais são de fato as relações do público estudado com as tradições gaúchas e sua real potencialidade.

Para o estabelecimento dos elementos a serem pesquisados e quais dados seriam coletados, foi utilizada a técnica de amostragem (ou de segmentação) não probabilística, tendo em vista o caráter qualitativo do processo de investigação.

Dencker (1999, p. 179), esclarece que a amostragem não probabilística é aquela em que a possibilidade de escolha de um determinado elemento do universo é desconhecida; assim, a amostragem de conveniência se torna a mais adequada, uma vez que o pesquisador escolhe os elementos conforme sua conveniência.

A população estudada refere-se a dirigentes de instituições envolvidas com o tradicionalismo gaúcho e os órgãos oficiais de turismo e cultura de Curitiba.

Considerando a quantidade encontrada de representantes dos referenciais analisados, foi escolhido aleatoriamente para a efetivação da investigação o

responsável pelo CTG Vinte de Setembro; em relação à gastronomia foi selecionada a Tropicilha Grill Churrascaria (que conforme breve análise percebeu-se preocupação em divulgar imagem vinculada à tradição gaúcha), onde foi entrevistado o responsável pelo estabelecimento; e quanto ao futebol, foi optado pela torcida Grêmio Curitiba, devido ao fato de ser a torcida representante do time mais antigo (entre os dois relacionados), além da ligação afetiva da autora com o Grêmio, o que facilitou na obtenção de dados para a pesquisa; em relação à torcida de futebol a entrevista foi realizada com um dos consules do Consulado Gremista de Curitiba. Além de um representante do Instituto Municipal de Turismo (IMT) e um da Fundação Cultural de Curitiba (FCC).

Para viabilizar a coleta de dados junto à população delimitada, foi adotado como instrumento de investigação o uso de entrevista. Deve-se considerar que esta etapa da pesquisa foi feita por meio de fontes primárias, ou seja, informações coletadas diretamente na fonte.

Cabe relatar que as entrevistas foram feitas pessoalmente, diretamente nos locais onde se realizam tais manifestações. As respostas das entrevistas foram transcritas pela entrevistadora. Para os órgãos oficiais de turismo e de cultura a entrevista foi enviada por e-mail sendo feita apenas a análise das respostas.

A entrevista foi utilizada devido à intenção de coleta de dados não encontrados em registros e fontes documentais. Dessa forma, Braga (2007, p. 64) define entrevista como “[...] uma conversa orientada para um objetivo definido, serve para recolher dados através de interrogatório do informante. É utilizada para estudos de fatos, de casos ou de opiniões”.

É preciso considerar que o intuito de tais entrevistas é de obter dados consistentes e confiáveis para o planejamento do turismo, para isso torna-se necessária a construção de instrumentos de coleta de dados condizentes aos objetivos, tendo em vista o melhor aproveitamento das respostas.

As entrevistas seguiram roteiro estruturado (perguntas já determinadas – Apêndices de 1 a 5), sendo que cada segmento da amostra – CTG, churrascaria, torcida e órgãos oficiais – possuiu seu próprio roteiro.

As entrevistas tiveram por objetivo verificar a importância da cultura gaúcha para os grupos determinados, analisando a identificação destes com ela, sua percepção em relação ao aproveitamento turístico das manifestações, além de se obter uma visão do IMT e da FCC em relação ao assunto.

Após a coleta e análise dos dados, foi confeccionado um relatório com a transcrição das respostas e um quadro comparativo entre os segmentos da amostra visando conformar um panorama da cultura gaúcha em Curitiba, em relação aos principais temas abordados. Foi feito também um relatório de análise comparativa entre as visões do IMT e da FCC.

Tendo em vista a interpretação dos dados coletados, a pretensão era de “[...] estabelecer a ligação entre os resultados obtidos com outros já conhecidos, quer sejam derivados de teorias, quer sejam de estudos realizados anteriormente” (GIL, 1996, p. 102).

Ao final da realização desta etapa, foi possível instituir uma proposta de aproveitamento turístico dos referenciais estudados, considerando o ponto de vista dos entrevistados, que são o público envolvido com as manifestações e os responsáveis pelo planejamento e organização tanto do turismo quanto da cultura na cidade.

4.2. Análise dos resultados

4.2.1. Relatório de análise do elemento gastronomia

O primeiro segmento da amostra a ser analisado é composto por um representante do setor de alimentos e bebidas, a fim de estabelecer uma relação entre a gastronomia típica do Rio Grande do Sul com a cultura gaúcha e sua possível utilização turística.

No dia 03 de Agosto de 2010 foi realizada a entrevista com João Borsatto (51 anos), sócio gerente da Tropolha Grill Churrascaria. O estabelecimento fica localizado na Rua Emiliano Pernetta, 700, no centro de Curitiba e foi inaugurado em 15 de outubro de 2007.

Nesta entrevista o gerente declarou que, devido ao seu vínculo com o Rio Grande do Sul (ele é filho de gaúchos), traz consigo a tradição e já trabalha com churrascarias há 30 anos.

Existe a intenção, por parte da Churrascaria, em preservar a tradição gaúcha, a ligação cultural é representada pelo seu nome – típico do linguajar gaúcho – e pelas vestes dos garçons – pilchas.

Na opinião do entrevistado, o nome do local e a tradição, aliados ao bom atendimento faz com que os clientes valorizem e frequentem a casa, sendo importante também o ambiente encontrado. O churrasco é servido no espeto, cortado com facas grandes, no sistema de espeto corrido (como é falado no Rio Grande do Sul), sendo a costela assada no fogo de chão (aqui chamado de vitrine da costela). A demanda maior é pelo churrasco típico gaúcho e, embora não haja outro tipo de atração para os clientes, também são servidos o Arroz Carreteiro e, quando solicitado, o chimarrão.

São reconhecidos pelo sócio gerente da churrascaria, como símbolos da cultura gaúcha em Curitiba, a existência de CTG's e a grande quantidade de artistas gaúchos que vem à cidade tocar em bailes, cantando a música nativista. Além da gastronomia, Borsatto vivencia a cultura gaúcha por meio do costume do chimarrão, do linguajar gaúcho nas conversas e da música – tocando (gaita) e cantando.

Em relação ao aproveitamento turístico das manifestações relacionadas à cultura gaúcha, João Borsatto diz que a cultura gaúcha é bastante forte; isto é percebido uma vez que ao se falar em baile/festa com presença do churrasco há atração de grande público, também pela diversidade de elementos que compõem tal cultura: além do churrasco, a música, dança e o chimarrão. O entrevistado lembra ainda da história (das lutas e revoluções) do Rio Grande do Sul, que acrescenta muito na tradição, sendo uma das razões para os gaúchos se sentirem orgulhosos de sua cultura. Ele destaca ainda que, como uma forma de viabilizar este aproveitamento, seria interessante a promoção de um festival da cultura gaúcha tendo como atrações rodeio, danças, bailes e sendo realizado em período de tempo definido, pois teria grande demanda, uma vez que a cultura gaúcha exerce forte atração sobre as pessoas, além da influência da migração dos gaúchos, o que faz com que haja muitos gaúchos e descendentes por todo o Paraná.

4.2.2. Relatório de análise do elemento tradição

Na sequência das entrevistas, o segmento agora analisado é o dos costumes e tradições, representadas no CTG. Tal entrevista tem o intuito de obter maiores informações sobre as atividades desenvolvidas pelo CTG, além de detectar quais são suas percepções em relação ao aproveitamento turísticos das manifestações culturais gaúchas.

No dia 05 de Agosto de 2010 foi realizada a entrevista com Glaudimir Godoi Carvalho (40 anos), vice-patrão (o que corresponde à vice-presidente) do CTG Vinte de Setembro (criado em 20/09/1962 por ser o Dia do Gaúcho comemorado nesta data), o qual se localiza na Rua Natálio Fagundes, no bairro Pinheirinho em Curitiba.

Primeiramente Carvalho fez uma breve explanação a respeito da 1ª Região Tradicionalista (RT), que é assim chamada por ter sido a 1ª região em que surgiram os primeiros CTG's no Paraná e compreende desde Curitiba e Região Metropolitana até União da Vitória; atualmente o Estado do Paraná conta com 17 RT's.

O CTG Vinte de Setembro pode ser considerado “o berço” dos CTG's de Curitiba, a partir do qual surgiram os outros grupos e também o próprio Movimento Tradicionalista Gaúcho do Paraná (MTG PR).

A diretoria do CTG é formada por 10 casais com gestão de dois anos, podendo ser reeleito por mais dois anos. Funciona como uma associação normal e possui reconhecimento municipal e estadual desde 31/12/1965. Sua renda provém do fandango⁶, culinária e invernadas, sendo que esporadicamente surgem projetos patrocinados.

Quanto ao vínculo com o Rio Grande do Sul, Glaudimir (conhecido como Glauco) destaca que é gaúcho de Soledade vindo para Curitiba aos quatro anos de idade e possui família no Estado de origem. O entrevistado afirma conhecer a história da chegada dos gaúchos ao Paraná e relata, inclusive, que o primeiro CTG fora do Rio Grande do Sul foi criado em Ponta Grossa - PR, porém este já não existe mais, sendo o Vinte de Setembro o mais antigo ainda em atividade (com seus fundadores vindos direto do Rio Grande do Sul).

⁶ De acordo com Zatti (1994, p. 91) os antigos bailes eram conhecidos como Fandangos.

O entrevistado ressalta os princípios do CTG, os quais prezam pela família, devido a isto existe diversidade de público que vai de criança a idosos, passando a tradição de pai para filho. O público do CTG é formado por 50% de gaúchos e os demais são considerados “tradicionalistas de coração”, o foco são os moradores do bairro Pinheirinho por ser o caminho para o Rio Grande do Sul e pela quantidade de gaúchos na localidade, no entanto o CTG cumpre uma função social e atende qualquer pessoa que queira saber/conhecer sobre a tradição gaúcha.

O Parque dos Tropeiros é reconhecido por Glauco como um símbolo da cultura gaúcha em Curitiba e considera que esta cultura está bem representada na cidade devido à presença de vários CTG's (surgidos a partir do Vinte de Setembro). Existem aproximadamente 30 CTG's na localidade sendo a maioria CTG's Campeiros (de laço). O entrevistado afirma que falta um local único em que todos os CTG's sejam reunidos, pois atualmente só o Vinte de Setembro possui sede.

A cultura gaúcha é vivenciada por Carvalho além das atividades do CTG, uma vez que este não vê diferença entre o tradicionalista e o participante do CTG. Das atividades oferecidas pelo Vinte de Setembro, podem ser citados os fandangos, ensaios e invernadas de danças folclóricas, oficinas de declamação, canção, gaita e violão; o principal evento é a Semana Farroupilha e todas as sextas-feiras há a Tertúlia (encontro de família), além da participação em rodeios. Quanto a participação do público envolvido, existem os ensaios semanais (de segunda a segunda) e as aulas de dança às segundas, quartas e sextas-feiras.

Quando questionado sobre a percepção das pessoas de fora do CTG em relação às atividades deste, o entrevistado diz que o público externo não conhece a tradição e sim o churrasco. A partir do momento em que conhecem de fato a tradição, começam a se envolver; destacando que entre as atividades desenvolvidas pelo CTG, este cumpre ainda uma função social (arrecadação de alimentos, por exemplo) e cultural.

No que diz respeito ao aproveitamento turístico das manifestações da cultura gaúcha, Glauco afirma que são mal aproveitadas e o CTG vem tentando “quebrar tabus” com a divulgação da Semana Farroupilha; há também uma falta de comunicação, uma vez que existe o reconhecimento da tradição gaúcha através de uma lei⁷ que determina que seja comemorada a Semana Farroupilha em Curitiba.

⁷ Segue em anexo (Anexo 1) a Lei de Tito Zeglin que “Institui no Município de Curitiba, a Semana Farroupilha”

Como formas de aproveitamento turístico da cultura gaúcha, o entrevistado diz que é importante reunir a tradição e o turista, este sendo acolhido dentro do CTG. Seria interessante trabalhar com o receptivo para viabilizar apresentações, mostrar o “fogo de chão”, danças com explicações, etc, visando transmitir a mensagem do que é a cultura gaúcha. Carvalho cita o que é feito na Serra Gaúcha, onde existe este aproveitamento, com apresentações em churrascarias, por exemplo. Ele sabe das dificuldades em se aproveitar esta cultura por ser em um local fora do Rio Grande do Sul, mas acredita no potencial das manifestações e defende um espaço que reúna todos os elementos característicos da cultura gaúcha, com isso finaliza relatando que o CTG consegue, ainda, reunir gremistas e colorados dentro da tradição!

4.2.3. Relatório de análise do elemento futebol

O último segmento analisado é o do futebol, esta entrevista teve como objetivo verificar a participação/integração deste como elemento cultural e seu potencial como atrativo turístico.

No dia 08 de Agosto de 2010 foi entrevistado Gabriel Lessa Freitas Camargo (31 anos, gaúcho de Pelotas e morador de Curitiba desde 2002), Cônsul do Grêmio em Curitiba; Rodrigo Gabiatti (34 anos, natural de Pato Branco – PR), Cônsul Adjunto estava presente e também contribuiu com a entrevista, a qual aconteceu no Kiko's Bar, um dos locais onde a torcida se reúne para assistir aos jogos do Grêmio, localizado na Av. Pres. Kennedy, 122, no bairro Rebouças.

O Consulado Gremista de Curitiba tem como função representar o Grêmio na cidade, em qualquer esfera (desde acomodação para o time em dias de jogo no local até contato com clubes e torcidas – inclusive adversárias).

Existem mais de 400 cônsules do Grêmio no Brasil. O Consulado de Curitiba conta com um cônsul e mais quatro cônsules adjuntos, possuindo gestão democrática (todos os cônsules têm a mesma importância). Para ser cônsul é necessário que seja sócio do Grêmio com contribuição em dia, o cargo é vitalício podendo deixar de ser cônsul por apenas dois motivos: por vontade própria ou por mudança de cidade.

Na relação entre o consulado e a diretoria do clube, a intenção é agregar cada vez mais torcedores fora de Porto Alegre e dessa forma fazer novos sócios.

Camargo conhece o fato de que, desde 2009, o Grêmio (juntamente com o Internacional) é considerado Patrimônio Histórico Cultural e Afetivo por fazer parte da história do Rio Grande do Sul e diz que faz parte da cultura torcer pelos clubes gaúchos, assim reforçando os elementos culturais, uma vez que o sentimento aumenta quando se está fora do Estado de origem. Podendo a rivalidade ter um lado positivo, já que os clubes se “complementam”.

Não existem vínculos/parcerias do Consulado com outra entidade representante da cultura gaúcha. No entanto, o Cônsul percebe a vivência da cultura gaúcha pelos torcedores (além do futebol) e relata que “às vezes pessoas vêm pilchadas assistir ao jogo”, escutando músicas tradicionalistas e até tomando chimarrão. Por isso ele acredita que a torcida do Grêmio também é uma forma de representar a cultura gaúcha em Curitiba.

Gabriel Camargo reconhece como uma marca da cultura gaúcha em Curitiba a presença de muitos gaúchos, além da história de ocupação de todo o Estado que teve grande contribuição de migrantes do Rio Grande do Sul.

O Consulado Gremista em Curitiba também cumpre uma função social promovendo diversas atividades como campanha do agasalho, arrecadação de alimentos, além de campanhas de sócio, dois churrascos tradicionais por ano e promoção de futebol aos sábados; a realização destas atividades também é uma forma de conhecer as pessoas e fazer amigos.

Não há uma sede específica para o Consulado e sim alguns locais onde a torcida costuma frequentar em dias de jogo; de acordo com Camargo, a média de torcedores que (frequentemente) participam das atividades é de 150 pessoas e varia de acordo com a campanha do time; Curitiba é a segunda cidade fora do Rio Grande do Sul com maior número de torcedores gremistas (1525 alistados, sendo a primeira Florianópolis – SC com 1659 alistados, de acordo com o Exército Gremista⁸).

As pessoas que não fazem parte da torcida não ficam muito a vontade em saber da existência de uma representação de um time de fora na cidade (devido a rivalidade existente no futebol), no entanto respeitam porque sabem que não é somente o futebol, é toda uma cultura. Existe ainda a demanda de torcedores do

⁸ Projeto que visa à formação de cadastro de sócios e torcedores para ações de relacionamento entre o Grêmio e a torcida.

Grêmio de outras localidades que vem a Curitiba quando o time joga por aqui. Nessas datas o Consulado passa a ter mais trabalho para atender todos os torcedores que buscam informações desde horário de chegada do time ao aeroporto, hotel, ingressos, camisas, crianças para entrar em campo com os jogadores, etc.

O Cônsul gremista acredita que o futebol pode ser um elemento de atração turística e cita como exemplo a Copa do Mundo e as pessoas que vem de outros locais para assistir ao jogo, provocando uma movimentação na cidade que vai desde turismo até cultura, entre outros.

Para o cônsul adjunto, Gabiatti, existem vestígios da cultura gaúcha em Curitiba, confirmado pelo processo histórico dos dois Estados (RS e PR), isto ocasiona uma integração cultural e o futebol faz parte desse todo. Ele destaca que Curitiba possui características favoráveis à qualidade de vida, o que influencia e facilita o desenvolvimento do turismo; a presença de pessoas naturais de Curitiba (e do Paraná) na torcida do Grêmio e o vínculo com o Rio Grande do Sul possibilitam a conservação das tradições. Dessa forma, a união/organização destes elementos oferece grande potencial para o aproveitamento turístico.

4.2.4. Quadro Comparativo

A partir do resultado obtido com a realização das entrevistas, segue um quadro (2) comparativo com as respostas dos entrevistados por segmento analisado, a fim de verificar as divergências e convergências, em relação à cultura gaúcha, na visão destes representantes (especificamente) dos principais elementos característicos.

ELEMENTO	Gastronomia	Tradição	Futebol
Entrevistado	Tropilha Grill (João Borsatto)	CTG Vinte de Setembro (Glaudimir Carvalho)	Consulado Gremista (Gabriel Camargo)
Tema			
Idade	51	40	31

ELEMENTO	Gastronomia	Tradição	Futebol
Entrevistado Tema	Tropilha Grill (João Borsatto)	CTG Vinte de Setembro (Glaudimir Carvalho)	Consulado Gremista (Gabriel Camargo)
Criação/Fundação	15 de Outubro de 2007	20 de Setembro de 1962	Desde 2005
Gestão/ Organização/ Funcionamento da entidade	Sociedade LTDA	Diretoria: 10 casais, gestão de 2 anos podendo haver reeleição	Cônsul + adjuntos, cargo vitalício com gestão democrática
Localização	Centro	Pinheirinho	Rebouças
Vivência da cultura gaúcha fora deste ambiente	Chimarrão, linguajar, música nativista	Não há distinção de hábitos dentro e fora do CTG	Pilcha, chimarrão, música nativista
Representação cultural do elemento	Nome típico, veste dos garçons (pilcha), churrasco no fogo de chão, etc	Presença de vários CTG's na cidade faz com que a cultura seja bem representada	Torcer por um time do RS é uma forma de representar a cultura gaúcha
Reconhecimento de símbolos em Curitiba	CTG's, artistas gaúchos que tocam em bailes (música nativista)	Parque dos Tropeiros	Presença de muitos gaúchos na cidade e fatos históricos
Público atendido	Em geral moradores de Curitiba	Foco no bairro onde se localiza, porém atente todas as pessoas que queiram saber da tradição	Torcedores do Grêmio em geral: gaúchos, paranaenses e de outras localidades
Atividades/ serviços oferecidos	Churrasco no fogo de chão, servido no espeto corrido, arroz carreteiro e chimarrão (se solicitado)	Fandangos, ensaios e invernadas de danças folclóricas, oficinas de declamação, canção, gaita e violão; além de eventos como a Semana Farroupilha e a Tertúlia	Futebol, socialização (com churrascos), campanhas sociais (arrecadação de agasalhos, alimentos) e campanhas para o clube
Frequência de participação	Todos os dias para almoço e jantar	Ensaios diários e aulas de dança segundas, quartas e sextas, além da participação em rodeios	Média de 150 pessoas em dias de jogos e socializações

ELEMENTO	Gastronomia	Tradição	Futebol
Entrevistado Tema	Tropilha Grill (João Borsatto)	CTG Vinte de Setembro (Glaudimir Carvalho)	Consulado Gremista (Gabriel Camargo)
Demanda pelo elemento cultural	Pessoas que gostam do churrasco tradicional gaúcho	50% do público são gaúchos e os demais "tradicionalistas de coração"	Varia de acordo com a campanha do time, existe procura de torcedores de outras localidades
Percepção das pessoas de fora	Tradições, bom atendimento e ambiente do estabelecimento têm a valorização do público	Público externo não conhece a tradição e sim o churrasco, em seguida há maior envolvimento, com o conhecimento da tradição	Incômodo inicial e posterior aceitação
Conhecimento de fatos históricos (entrevistados)	Devido ao vínculo com o RS, traz consigo a tradição	Relatos sobre a criação do 1º CTG fora do RS e os princípios do CTG	Forma de reforçar os elementos culturais
Potencialidade turística	Atração de grande público na união de elementos como música, dança, gastronomia	Grande potencialidade, porém pouco aproveitada; necessário acolher o turista dentro do CTG para mostrar-lhe a tradição gaúcha	Futebol tem grande atratividade, tomar como exemplo a Copa do Mundo
Forma de viabilizar o aproveitamento turístico	Festival de cultura gaúcha com união dos elementos, inclusive rodeio	Trabalhar com o receptivo para viabilizar apresentações, mostrar o "fogo de chão", danças com explicações, etc, visando transmitir a mensagem do que é a cultura gaúcha; criação de um espaço que reúna todos os elementos característicos da cultura gaúcha	Organização dos elementos culturais

QUADRO 2 – COMPARATIVO ENTRE AS RESPOSTAS DAS ENTREVISTAS, POR ELEMENTO
 FONTE: A autora (2010)

4.2.5. Visão geral dos órgãos oficiais

No que diz respeito à organização do turismo e da cultura na cidade de Curitiba, segue a análise e comparação das respostas obtidas dos órgãos oficiais Instituto Municipal de Turismo e Fundação Cultural de Curitiba.

O IMT nesta entrevista está representado por Alexander Roger Silva (pesquisador artístico e cultural – graduado em História). O entrevistado respondeu as questões em relação à cultura gaúcha considerando apenas o elemento dança, representada pelos CTG's.

O pesquisador vê a dança gaúcha aqui no Paraná com um peso que pode ser considerado “equivalente às danças de outros povos imigrantes que colonizaram o Estado e maciçamente a capital, Curitiba”, por este motivo Silva acredita ser mais conveniente que a cidade proporcione maior espaço para estas manifestações das culturas dos imigrantes, uma vez que segundo ele “genuinamente contribuíram para a cultura local”. O entrevistado destaca ainda que o tropeirismo nos Campos de Curitiba e nos Campos Gerais do Paraná contribuiu para “uma miscelânea de tradições que se misturaram ao longo do tempo e de diferentes ocupações”.

Em relação ao aproveitamento e promoção turística dos elementos da cultura gaúcha encontrados em Curitiba, Silva afirma que “se a comunidade de Curitiba assumir a cultura dos CTG's como integrante da cultura local, e essa movimentar um número expressivo de pessoas e for um evento que tenha um potencial para atrair turistas, políticas de marketing e incentivo, poderão ser criadas”. Assim, o entrevistado acredita ser a melhor forma de aproveitamento destes referenciais a organização de um evento com apresentações artísticas de dança com abertura para os diversos povos que contribuíram para a formação da pluralidade curitibana. Segundo ele, “a dança gaúcha entraria como uma amostra da tradição campeira difundida em todo o Sul do Brasil, influenciada pela vida campeira bastante presente na região”.

Já a Fundação Cultural de Curitiba, respondeu a entrevista através da Chefe do Núcleo Regional do Pinheirinho, Waltraudt Niederheitmann, que inicia a exposição de suas ideias afirmando existir a inclusão da cultura brasileira no trabalho cultural desenvolvido no município e acredita ser muito importante “mostrar tudo de bom que existe aqui”.

Como símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba, Niederheitmann destaca a existência dos CTG's, sendo o CTG Vinte de Setembro bastante atuante na promoção da cultura gaúcha. A contribuição da FCC nesta promoção está no convite para o CTG desta Regional para a participação em eventos realizados pela Fundação. Neste sentido a entrevistada ainda cita a realização no início do mês de Novembro, na Rua da Cidadania do Pinheirinho, de “uma palestra sobre Tropeirismo com Carlos Solera, pesquisador do assunto há 32 anos e já publicados, dois livros” e destaca a participação da Diretora Artística do CTG Vinte de Setembro como a representante da Regional Pinheirinho no Conselho Municipal de Cultura. Além disso, também é oferecida uma sala para ensaios das invernadas, quando o galpão do CTG está ocupado com outras atividades.

Em relação ao conhecimento de fatos históricos referentes a chegada de gaúchos ao Paraná, Niederheitmann diz saber que o “Oeste paranaense foi povoado, em grande parte, por gaúchos” e salienta o importante papel do tropeirismo na origem de diversas cidades.

Quanto à representação e o aproveitamento turístico das manifestações culturais gaúchas em Curitiba, a entrevistada acredita que esta cultura está bem representada, porém deveria haver mais divulgação de suas atividades e caso houvesse uma maior aproximação entre o CTG e o poder público, isto possibilitaria a ampliação e melhor aproveitamento destas manifestações por toda a população e também atrair turistas.

Como forma de realizar o aproveitamento turístico dos referenciais gaúchos, Waltraudt Niederheitmann declara que a Prefeitura Municipal de Curitiba, através do Instituto Municipal de Turismo, a Fundação Cultural de Curitiba e outros órgãos em parceria com a iniciativa privada e os vários CTG's da cidade poderiam explorar de forma muito positiva a riqueza que a cultura gaúcha oferece, planejando ações que atraiam o turismo e ajudem a difundir as tradições.

4.2.6. Interpretação e discussão dos resultados

Após a obtenção e comparação das respostas, é possível perceber que a cultura gaúcha está presente em Curitiba, distribuída por alguns bairros da cidade e

ao menos entre os representantes dos segmentos analisados há a intenção de preservar os hábitos e costumes tradicionais do Rio Grande do Sul.

Outro fato percebido é de que a cultura gaúcha é apreciada não somente pelos gaúchos que aqui vivem, mas também pelos moradores naturais de Curitiba e do Paraná. Em relação aos gaúchos, pode-se dizer que a distância do seu Estado de origem faz com que se apeguem ainda mais às tradições.

O conhecimento de fatos históricos ajuda no fortalecimento dos laços com o Rio Grande do Sul, fazendo com que as tradições sejam não somente preservadas, mas também passadas para todos que demonstram interesse por ela.

O chimarrão e a música nativista, além da indumentária são os elementos mais citados entre os hábitos e costumes mantidos pelas pessoas envolvidas com o tradicionalismo; é importante lembrar que o fato de torcer por um time de fora é uma forma de manter uma ligação com outro Estado, por isso a torcida de futebol é um elemento que faz parte da cultura e dentro das tradições existe espaço para os torcedores de todos os times.

Na capital paranaense os símbolos da cultura gaúcha lembrados pelos entrevistados são os CTG's, Parque dos Tropeiros, artistas gaúchos que tocam em bailes, além da própria presença de muitos gaúchos morando na cidade.

O envolvimento dos moradores de Curitiba com a cultura gaúcha se dá de diferentes formas, seja pela apreciação do churrasco, pela torcida pelo futebol gaúcho ou mesmo pela participação nos CTG's, sendo possível, também, que a pessoa se relacione com todos os elementos simultaneamente.

Das maneiras citadas para o aproveitamento turístico dos elementos encontrados, destaca-se o trabalho com o receptivo existente em Curitiba, além da organização de um espaço que compreenda todos os referenciais encontrados, não só para a demonstração da cultura gaúcha, mas também para a vivência desta, com possibilidade de um trabalho de promoção da cultura nas escolas revelando suas principais características, sua relevância histórica e sua relação com a cidade de Curitiba e todo o Estado. Dessa forma, será possível iniciar um processo de valorização da diversidade cultural brasileira em Curitiba.

Quanto à organização do turismo e da cultura em Curitiba, foi percebida uma maior abertura a trabalhos relacionados aos grupos étnicos presentes na capital paranaense. No entanto não se exclui a possibilidade da realização de novos trabalhos com a cultura popular brasileira podendo esta ser representada pela

cultura gaúcha, uma vez que os tanto o IMT quanto a FCC reconheceram a presença de (pelo menos) um dos referenciais desta cultura na cidade, os CTG's.

Tendo em vista os elementos analisados e os resultados encontrados, pode-se dizer que existe uma diversificação de atividades culturais relacionadas ao Rio Grande do Sul ofertadas na localidade (as quais podem ser melhor visualizadas no mapa temático da cultura gaúcha em Curitiba – Apêndice 6) o que favorece a conformação de um produto que venha a complementar a oferta turística da capital paranaense. Tal fato também pode ser utilizado para reforçar a imagem de “capital cultural” de Curitiba, abrindo espaço para as manifestações culturais brasileiras encontradas na cidade.

QUARTO CAPÍTULO

5. PROJETO DE TURISMO

Depois de realizada a pesquisa a campo e analisados os resultados obtidos, segue, neste capítulo, a proposta de aproveitamento turístico dos referenciais da cultura gaúcha presentes em Curitiba; considerando, ainda, que a cidade conhecida por acolher diversos imigrantes internacionais pode fazer referência também aos migrantes das diferentes partes do Brasil que aqui chegaram.

5.1. Descrição da proposta do projeto

O projeto aqui proposto é a criação de um Espaço Cultural na capital paranaense para que a cultura gaúcha seja demonstrada e repassada para os que nela tenham interesse, sejam estes moradores de Curitiba ou turistas em visita a cidade.

Tendo em vista que um centro cultural é uma área que reúne cultura de diversas formas, como exposições, apresentações, música, dança, etc., entende-se a relevância de sua implantação, pois é:

[...] um local aberto à população em geral e tem como objetivo reunir pessoas interessadas em cultura, manter um constante incentivo à criação e descoberta de arte, difundir a cultura entre a população, informando sobre suas mais diversas formas, desde a origem (história) até suas mais novas manifestações (MILANESI, s/d, s/p).

Este projeto visa destacar a diversidade cultural presente na população brasileira – representada aqui pela cultura gaúcha –, oferecendo informações que contribuam para transformar maneiras de pensar, promovendo o aprendizado, o contato e a troca de informações entre as pessoas, além da vivência e convivência da própria cultura sempre respeitando as diferentes formas de expressão cultural, sendo também uma forma de interligar a região valorizando a cultura.

Também figura como objetivo para o desenvolvimento deste Espaço Cultural o lazer da população, uma vez que o lazer é:

[...] um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora [...] (DUMAZEDIER, 2000, s/p).

Com isso, a partir da implantação do Espaço Cultural será possível além de ocupar o tempo livre das pessoas envolvidas, também proporcionar a elas um pouco de lazer, sendo que este tem como função o descanso, divertimento e ainda o desenvolvimento dos indivíduos.

Para a efetivação deste projeto, foi selecionado um espaço já existente, no Setor Histórico de Curitiba, o Memorial de Curitiba localizado na Rua Claudino dos Santos, 79 – São Francisco. Neste local serão desenvolvidas atividades artístico-culturais relacionadas às manifestações da cultura gaúcha – música e dança –, além de um espaço para a exposição de todos os elementos que a compõe – demonstração de costumes, tradições, gastronomia e futebol.

Os responsáveis pela realização das atividades que envolvem música e dança e pela demonstração dos outros elementos culturais serão os grupos (analisados) relacionados com esta cultura – CTG's, torcidas e churrascarias – a manutenção do espaço ficará a cargo da Prefeitura Municipal de Curitiba (através do órgão oficial de cultura de Curitiba - FCC) e a divulgação do espaço e das atividades por responsabilidade do órgão oficial de turismo da capital paranaense (IMT).

O espaço de exposição funcionará de acordo com o horário de funcionamento do Memorial (terça a sexta das 9h às 18h, sábados, domingos e feriados das 9h às 15h). As apresentações de música e dança, declamações de poesias, entre outras atividades, serão realizadas no horário da realização da “Feirinha do Largo”, para que possa atingir um grande número de pessoas e públicos diferenciados. Quem demonstrar interesse em algum tipo de manifestação será encaminhado para um CTG, uma churrascaria ou uma das torcidas.

No mês de setembro, as atividades do projeto enfatizarão o acontecimento histórico da Revolução Farroupilha, em comemoração ao seu aniversário, época em que se celebra também o Dia do Gaúcho; nesta ocasião serão realizadas além das

apresentações de dança, demonstrações práticas de todos os elementos pesquisados, o que proporcionará uma maior socialização entre o público envolvido com a realização e participação das atividades com todo o público externo que tenha interesse em saber mais sobre a cultura gaúcha.

Esta proposta foi desenvolvida com a finalidade de ser apresentada aos órgãos oficiais de turismo e de cultura de Curitiba, para que o projeto seja gerido e executado por eles (FCC e IMT), no entanto o projeto também poderá ser realizado a partir de parcerias entre o poder público, empresas privadas que tenham interesse em participar e entidades ligadas às manifestações culturais sul-riograndenses. Uma receita estimada de R\$ 38.636,00 será necessária para a realização do projeto.

5.2. Etapas para execução do projeto

5.2.1. Descrição das etapas para a execução do projeto

Estão previstas seis etapas para a execução do projeto, estas etapas contemplam ações desde a seleção do local e contrato de uso do espaço físico, preparação do espaço, recursos humanos, promoção, recursos financeiros e avaliação e monitoramento.

A primeira etapa, de seleção do espaço, constitui-se da escolha do local. O Memorial de Curitiba foi definido para a implementação deste projeto por ser, segundo descrição do IMT (2010, s/p) “[...] um espaço para a arte e o folclore, a informação e a memória, o passado e o futuro”; além disso, o espaço é bem localizado, na área central de Curitiba, possui fluxo não só de turistas, mas também de moradores pela região e conta com infraestrutura adequada para o desenvolvimento de todas as atividades propostas. Será verificado junto à Fundação Cultural de Curitiba (responsável pelo local) qual é o procedimento para o contrato de uso do espaço físico, o qual será locado.

A segunda etapa, de preparação do espaço, contará com um acervo para visualização da cultura gaúcha (como indumentária, cuia de chimarrão e até peças de artesanato, por exemplo), estas peças serão provenientes dos grupos

representantes desta cultura que tenham interesse em participar na composição do espaço; será confeccionado também um painel para comunicação visual com cenas que representem os principais ícones e marcos da cultura gaúcha; no espaço também serão utilizadas técnicas de interpretação do patrimônio como apresentações (demonstrações de dança, por exemplo), trabalhos a partir do *design* (na confecção do painel e outros artigos da comunicação visual), fazendo o *link* da relação com Curitiba.

Quanto aos recursos humanos, terceira etapa, será necessária a contratação de duas pessoas para o fornecimento de informações e do material de divulgação aos visitantes e manter a organização da exposição; as apresentações de dança, declamação de poesia, bem como as atividades que enfatizarão a cultura gaúcha, a serem realizadas no mês de setembro, contarão com a colaboração de voluntários participantes das manifestações (CTG, gastronomia, futebol). A partir da apresentação da proposta, estes grupos serão convidados a contribuir com seu conhecimento e disponibilização de peças para o acervo a ser exposto, uma vez que é de interesse de todos divulgar não só suas atividades, mas toda a manifestação da cultura gaúcha.

A quarta etapa trata da promoção do espaço e suas novas atividades, a qual será feita, inicialmente, através dos *sites* da Prefeitura Municipal, Fundação Cultural e Instituto Municipal de Turismo e ainda nos veículos de divulgação dos envolvidos com a execução das atividades (por exemplo, dos CTG's). Haverá também material impresso a ser distribuído no local de realização das atividades – *folder* colorido feito em tamanho A4 (modelo a ser desenvolvido no Apêndice 7) com algumas informações de como a cultura gaúcha se disseminou fora do Rio Grande do Sul e endereços dos locais, em Curitiba, onde o interessado pode encontrar mais informações e até participar das manifestações em si.

Os recursos financeiros (quinta etapa) necessários para a execução do projeto estão relacionados à locação do espaço, confecção do painel, *folders* e contratação de pessoal. A Prefeitura contrata os monitores e a iniciativa privada entra com o patrocínio para o material de divulgação.

A sexta e última etapa é de extrema relevância, pois trata da avaliação e monitoramento do projeto em sua execução. Esta etapa tem por objetivo verificar se o projeto está atingindo seus objetivos, no caso, se está ocorrendo a valorização e difusão da cultura popular brasileira, aqui representada pela cultura gaúcha. A

avaliação se dará por meio de uma pequena ficha de pesquisa qualitativa com visitantes da exposição e com o público participante do evento; já o monitoramento será realizado através de relatórios de planilhas de controle de atendimento quantitativo mensal e a partir das informações obtidas pela avaliação do público.

Segue cronograma (quadro 3) para o desenvolvimento das etapas e consolidação do projeto; a execução das etapas tem início em outubro de 2010 com a seleção do local onde se acontecerão as atividades (deve-se considerar que na estruturação desta proposta já foi pré-selecionado o espaço), assim segue estimativa para doze meses de atividades sendo realizadas. Vale lembrar que as atividades, dependendo da aceitação do público, se manterão em funcionamento por tempo indeterminado.

Etapas	Meses														
	O U T	N O V	D E Z	J A N	F E V	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O T O	N O V	D E Z
Seleção do local	X														
Contrato de uso		X	X												
Preparação do espaço			X	X											
Recursos humanos			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Promoção			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Recursos financeiros		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Desenvolvimento das atividades culturais				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Avaliação e monitoramento				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

QUADRO 3 – CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DO PROJETO 2010/2011

FONTE: A autora (2010)

5.2.2. Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa

Na execução do projeto será necessária a utilização de recursos humanos para o atendimento dos visitantes e distribuição do material, na organização e

manutenção do espaço, além da avaliação e monitoramento das atividades desenvolvidas.

Tendo em vista que o Memorial de Curitiba é mantido pela Fundação Cultural de Curitiba, serão necessários apenas recursos humanos para o desenvolvimento das novas atividades a serem implantadas no local.

Para o fornecimento de informações serão dois colaboradores contratados pela Prefeitura Municipal de Curitiba (IMT ou FCC), estes colaboradores também serão encarregados pela organização do local, avaliação e monitoramento das atividades. As manifestações culturais em si serão desenvolvidas pelos membros dos CTG's participantes do projeto, de forma voluntária, com o intuito de promoção e difusão da cultura gaúcha.

A partir da avaliação feita diretamente pelos visitantes da exposição e com o público participante do evento, por meio da ficha de pesquisa qualitativa anteriormente especificada, os dois colaboradores fazem o monitoramento de como as atividades estão sendo desenvolvidas e como está a aceitação do público; o *feedback* fica a cargo da Fundação Cultural, responsável pelo local.

5.2.3. Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa

O projeto proposto será desenvolvido em um local já existente mantido pela Fundação Cultural de Curitiba. Dessa forma, segundo Paulo Cezar Rombi – coordenador dos Memoriais e Setor Histórico (FCC) – a liberação de uma das salas de exposição (Salão Brasil) do Memorial “depende inicialmente de uma reunião onde o proponente apresenta suas ideias de ocupação e de disponibilidade de datas”; esta reunião deverá ser agendada por telefone com os coordenadores responsáveis pelo Memorial.

Em relação aos custos, estes dependem de como o local será utilizado (exposição ou qualquer outro tipo de evento que seja compatível), como será a ocupação (total ou parcial) do espaço. São exemplos de valores referentes a locação de salas no Memorial de Curitiba, para a utilização do Salão Brasil: R\$ 125,00 para cada período de dez horas de uso (mostra cultural); R\$ 625,00 para cada período de dez horas de uso (evento social). Já para o uso da Praça do

Iguaçu: R\$ 430,00 por apresentação (evento cultural); R\$ 2.500,00 cada 5 horas (terça a quinta) e R\$ 2.750,00 cada 5 horas (sexta a domingo) para evento social.

Já os atendentes que ficarão no local serão dois estagiários que contarão com bolsa auxílio da Prefeitura Municipal, esta atualmente é de R\$ 2,95 a hora. Quanto ao material de divulgação, serão *folders* coloridos feitos em tamanho A4, que custarão cerca de R\$ 1.500,00. Para a confecção do painel para a comunicação visual, será desembolsado R\$ 1.000,00, uma vez que será feito por um artista plástico.

Com isso, será necessário um investimento previsto de R\$ 38.636,00 para a execução do projeto, considerando custos fixos e variáveis para o período de um ano de desenvolvimento das atividades. A especificação de valores pode ser visualizada na tabela (1) a seguir:

Descrição de desembolsos	Quantidade/Tempo	Valor unitário	Valor total
Locação Salão Brasil	12 meses	R\$ 125,00	R\$ 1.500,00
Local para apresentações	4 apres./mês – 12 meses	R\$ 430,00	R\$ 20.640,00
Locação espaço para atividades extras	2 dias em Setembro (5h cada)	R\$ 2.750,00	R\$ 5.500,00
Confecção do painel	1 mês	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Material de divulgação	10.000 unidades	R\$ 0,15	R\$ 1.500,00
Contratação de estagiários	2 (6h/dia) - 12 meses	R\$ 2,95	R\$ 8.496,00
TOTAL			R\$ 38.636,00

TABELA 1 – PREVISÃO DE INVESTIMENTO PARA EXECUÇÃO DO PROJETO
 FONTE: A autora (2010)

5.2.4. Avaliação do retorno do investimento

O projeto aqui apresentado, cujo objetivo é diversificar a oferta turística de Curitiba, além de repassar informações para os visitantes sobre a cultura gaúcha, não visa lucro direto e por isso será desenvolvido em um local onde já existe uma demanda turística (da “Feirinha do Largo”), sendo esta composta por um público diversificado que se mostra aberto a novas experiências.

Dessa forma, estima-se que o desenvolvimento desta proposta cumprirá sua função principal em um ano, havendo difusão para os frequentadores da Feira, abrindo espaço para a valorização da diversidade cultural popular encontrada ao longo do território brasileiro e fixando a imagem de Curitiba, mais uma vez, como “capital cultural” destacando a diversidade existente na cidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É de conhecimento geral de todos os envolvidos, de alguma forma, no *trade* turístico a importância do turismo não só no setor econômico, mas também como fenômeno sócio-cultural que pode ser utilizado como forma de preservar o patrimônio e ainda atribuir novo significado à cultura de uma comunidade.

Tendo em vista a cidade de Curitiba, sabe-se do seu potencial para o turismo cultural e do trabalho realizado no local com base nos referenciais étnicos ligados aos imigrantes estrangeiros. Dessa forma, tornou-se evidente a necessidade de valorização da cultura gaúcha também presente na localidade, como representação de uma parte da cultura popular brasileira no município.

Em relação à pesquisa empírica, através desta obteve-se como resultado o conhecimento da realidade dos referenciais da cultura gaúcha presentes em Curitiba, o que possibilitou saber qual é o envolvimento das pessoas com as manifestações estudadas. Também foi possível a conformação de um panorama em relação à visão dos órgãos oficiais de turismo e de cultura em relação ao aproveitamento turístico de tais manifestações.

Cabe destacar aqui algumas dificuldades encontradas para o desenvolvimento deste trabalho, como a falta de colaboração de alguns pré-selecionados para a realização das entrevistas, além da escassez de material relacionado às manifestações específicas da cultura gaúcha, uma vez que não é próprio do local estudado. Por este motivo tomou-se cuidado em pesquisar os vínculos históricos do gaúcho no Paraná, fazendo com que minimizasse a possibilidade de criação de um falso lugar.

Com a realização da pesquisa verificou-se as hipóteses levantadas acerca do tema e obteve-se resposta aos fins propostos, o que viabilizou, a partir de análise do material obtido, a conformação da proposta para a utilização turística dos referenciais gaúchos encontrados em Curitiba. Tal proposta tem como objetivo incrementar e diversificar a oferta do local, além de servir como instrumento de valorização da cultura gaúcha, parte da cultura popular brasileira existente na localidade.

Tendo em vista a imagem de Curitiba como “capital cultural”, a execução do projeto proposto pode trazer benefícios para a cidade, abrindo espaço para a

demonstração da diversidade cultural do País e fazendo com que a capital paranaense se torne, futuramente com a realização de novos trabalhos neste mesmo sentido, uma vitrine da cultura popular brasileira, aumentando sua oferta de turismo cultural.

Dentro do contexto cultural, Zatti (1994, p. 123) menciona que, na sua visão:

É preciso lembrar que Gaúcho não é apenas o nascido no Rio Grande do Sul, aliás a palavra 'Gaúcho' não é portuguesa, pois o termo, como sabemos é castelhano, bem como 'bombacha' é de origem espanhola. [...] Somos todos Gaúchos, velhos comedores de churrasco. Em comum temos o frio, a geada, a neve, os mesmos pinheirais, os campos. Somos o Brasil do Sul!

Portanto, considerando os laços que unem gaúchos e paranaenses, é possível, ainda, trabalhar com um fluxo de visitantes já existente no que diz respeito ao turismo, tendo em vista que a maior parte de turistas de Curitiba são de moradores do próprio Estado. Além do que, a utilização de técnicas de interpretação do patrimônio ajudará estes visitantes na exploração e melhor entendimento sobre esta relação entre os dois Estados (RS e PR), acrescentando profundidade às experiências dos turistas.

O papel do turismo no contexto global é ressaltado por Filipsem (2001, p. 36) que afirma que “é através dele que o conhecimento do Brasil deve ser incentivado e apreciado”. Assim, com base na pesquisa e análise realizadas, pode-se afirmar que a execução do projeto apresentado pode exercer influências positivas sobre a cidade e seus moradores, e para isso deve-se saber utilizar as manifestações culturais como insumo para a atividade turística visando valorizar as características da região. E por fim, ter em vista a dinamicidade da cultura e do cenário urbano para que as mudanças sejam previstas no planejamento turístico fazendo parte da renovação da oferta de atrativos turísticos na localidade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. A. A. de. A identidade como representação e a representação da identidade. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. de (Orgs). **Estudos interdisciplinares de representação social**. 2. ed. Goiânia: AB, 2000.

ARANTES, A. A. **O que é cultura popular**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

AYALA, M.; AYALA, M. I. N. **Cultura popular no Brasil**. São Paulo: Ática, 2003.

AZEVEDO, E. **Lei de Bühler define o Rodeio Crioulo como evento esporte e cultural**. 13/08/2007. Disponível em: <<http://www.alep.pr.gov.br/noticia/lei-de-buehrer-define-o-rodeio-crioulo-como-evento-esporto-e-cultural>> Acesso em: 11 Nov 2009.

BAHL, M. **Legados étnicos & oferta turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. 6. ed. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2003.

BORGES, C. H. L; GUZMÁN, S. J. M. Cultura e turismo como vetores do desenvolvimento local integrado e sustentável para a Baía de Camamu/BA. In: **Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, VI**. 10 e 11 de setembro de 2009. Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo, 2009.

BRAGA, D. C. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CAMPOS, F. R. G. **A construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba – PR**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia. Curitiba, 2006.

CAVALLI, M. **A raiz da música gaúcha não pode ser distorcida**. Disponível em: <<http://www.igtf.rs.gov.br/artigos/not.php?id=17>> Acesso em: 08 Mai 2010.

COELHO, T. **O que é indústria cultural**. 22 reimpr. São Paulo: Brasiliense, 2007.

COMPAHC premia ações de preservação do patrimônio. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/cs/default.php?reg=115210&p_secao=3&di=2009-09-30> Acesso em: 11 Nov 2009.

CÔRTEZ, J. C. P. **Danças e dançares ausentes no atual tradicionalismo**. Caxias do Sul, RS: Lorigraf, 2001.

_____. **Bailes e gerações dos bailares campestres**. Florianópolis: IOESC, 2002.

CTG'S encontrados na cidade de Curitiba. Disponível em: <http://www.cbtg.com.br/_sítio/ctgs/estado.php> Acesso em: 15 Mai 2010.

CTG'S da Região. Disponível em: <<http://www.1rt.com.br/>> Acesso em: 15 Mai 2010.

CURITIBA: Capital Americana de Cultura. 2003. Disponível em: <<http://www.base7.com.br/portfolio/ver/29>> Acesso em: 11 Nov 2009.

DACANAL, J. H. Origem e função dos CTG's. In: GONZAGA, S. FISCHER, L. A. (Coord.). **Nós os gaúchos**. Porto Alegre: Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1992. Disponível em: <<http://www.paginadogaucha.com.br/deba/ofc.htm>> Acesso em: 15 Mai 2010.

DANÇAS Tradicionalistas. Disponível em: <<http://www.portalgaucho.com.br/?pg=29>> Acesso em: 07 Set 2010.

DENCKER, A. de F. M. **Hospitalidade e Turismo**. Palestra realizada no: Congresso Brasileiro de Turismo Rural e Ecológico. Cachoeiro do Itapemirim, ES, 21/09/2007.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 2. ed. São Paulo: Futura, 1999.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e Cultura Popular**. 3ª edição. São Paulo, Perspectiva, 2000.

EXÉRCITO Gremista. **Torcedores alistados.** Disponível em: <<https://exercitogremista.websiteseuro.com/home/?area=estatisticas>> Acesso em: 31 Ago 2010.

FAGUNDES, A. A. **Tradicionalismo.** Memorial do Rio Grande do Sul - Caderno de história, nº 22. Disponível em: <<http://www.memorial.rs.gov.br/cadernos/tradicionalismo.pdf>> Acesso em: 07 Nov 2010.

FAGUNDES, G. **Cevando o mate.** Editora Rígel, 1995. Disponível em: <<http://www.paginadogaucha.com.br/chim/int.htm>> Acesso em: 12 Out 2010.

FILIPSEM, L. A. Globalização: a trajetória da cultura brasileira. In: ASHTON, M. S. G. (Org.). **Turismo: sinais de cultura.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2001.

FREITAS, L. F. R. de. **Lições de identidade presentes em livros didáticos de séries iniciais.** Educar, n. 34, p. 201-213. Curitiba: Editora UFPR, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GRÊMIO Curitiba. Disponível em: <<http://www.gremiocuritiba.net/gremiocuritiba.html>> Acesso em: 09 Mai 2010.

GUIA Geográfico Curitiba. Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/tradicoes.htm>> Acesso em: 06 Abr 2010.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** tradução: Tomaz Tadeu Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo.** 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

INSTITUTO de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba – IPPUC. **Curitiba em dados – 2008/** coord. de Lourival Peyerl. Curitiba: IPPUC, 2008.

INSTITUTO do Patrimônio Histórico Artístico e Cultural – IPHAN. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaInicial.do>> Acesso em: 30 Abr 2010.

INSTITUTO Gaúcho de Tradição e Folclore – IGTF. **O chimarrão**. Disponível em: <http://www.igtf.rs.gov.br/usos_costumes/not.php?id=1> Acesso em: 08 Mai 2010.

_____. **O Tropeirismo**. Disponível em: <http://www.igtf.rs.gov.br/temario_pdf/4_tropeirismo.pdf> Acesso em: 07 Nov 2010.

LAMBERTY, S. F. **ABC do Tradicionalismo Gaúcho**. 2. ed, Martins Livreiro Editor, 1989. Disponível em: <<http://comunidade.portaldogaicho.com.br/viewtopic.php?f=27&t=156>> Acesso em: 12 Out 2010.

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. 21. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2007.

LIMA, L. C. O planejamento regional ajuda o turismo? In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da (Orgs). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

LISTA de Regiões e CTG's. Disponível em: <<http://www.mtgparana.org.br/>> Acesso em: 15 Mai 2010.

MARÇÃO, R. T. L. dos S. A influência da globalização na formação da identidade cultural de localidades turísticas: um estudo de caso da Colônia Finlandesa de Penedo/RJ. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 11**, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: OBSTUR/UFPR: UNIVERSIDADE POSITIVO, 2009.

MARQUES, L. A. B; CAMPOS, S. **Gastronomia gaúcha**. Disponível em: <<http://www.mtg.org.br/gastronomia.html>> Acesso em: 08 Mai 2010.

MEMORIAL Hermínio Bittencourt (Org.). **O time do meu coração**: Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2009.

MILAN, P; CRUZ, L. C. da. **Procura-se uma identidade perdida entre gaúchos e paulistas**. Gazeta do Povo, 10/01/2010. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=961801&it=Procura-se-uma-identidade-perdida-entre-gauchos-e-paulistas>> Acesso em: 15 Mar 2010.

MILANESI, L. **Centros de cultura.** Disponível em: <http://intra.vila.com.br/sites_2002a/urbana/marcela/marcela_ccc.htm>. Acesso em 09 out. 2008.

MINISTÉRIO do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

MURTA, S. M; GOODEY, B. Interpretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual. In: MURTA, S. M; ALBANO, C. (Orgs). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar.** Belo Horizonte: UFMG, 2002.

NADALIN, S. O. **Paraná: ocupação do território, população e migrações.** Curitiba: SEED, 2001.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização.** 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2005.

PARANÁ on-line. **Curitiba se tornará Capital Americana da Cultura 2003.** 21/11/2002. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/especiais/news/32007/>> Acesso em: 11 Nov 2009.

_____. **Curitiba é o melhor destino para turismo cultural, aponta revista.** 11/12/2007. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/273373/>> Acesso em: 11 Nov 2009.

PECIAR, P. L. R. Turismo cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividade encontradas nas feiras populares do Brique da Redenção em Porto Alegre – RS, Brasil e a feira da Praça Matriz em Montevideu, no Uruguai. In: BARRETTO, M. (Org.). **Turismo, cultura e sociedade.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2006.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 1998.

PORTUGUEZ, A. P. Turismo, planejamento sócio espacial e patrimônio histórico-cultural. In: PORTUGUEZ, A. P. (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural.** São Paulo: Roca, 2004.

PREFEITURA Municipal de Curitiba. **Perfil**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/publico/cidade.aspx?id=145&servico=39>> Acesso em: 12 Jul 2010.

RADESPIEL, M. **Alfabetização sem segredos**: Brasil Tropical – Região Sul. Contagem, MG: Iemar, 1999.

RANKING das torcidas FIFA. Disponível em: <<http://seletos.blogspot.com/2010/04/maiores-torcidas-brasil-mundo-ranking.html>> Acesso em: 17 Out 2010.

ROCHA, H. Refletindo os conceitos de folclore, cultura popular e tradição. In: MARTINS, C. (Org). **Antropologia das coisas do povo**. São Paulo: Roca, 2004.

RUSCHMANN, D. van de M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 10. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

S.A.C.I. Colorado. Disponível em: <<http://www.sacicolorado.com.br/>> Acesso em: 09 Mai 2010.

SANTOS, W. B. V. Folkcomunicação turística: uma análise sobre o uso do artesanato como meio de expressão popular a partir de Porto Seguro/BA. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 11**, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: OBSTUR/UFPR: UNIVERSIDADE POSITIVO, 2009.

SAVARIS, M. C. **Conceitos importantes para a compreensão da identidade do gaúcho**. Maio, 2007. Disponível em: <<http://www.igtf.rs.gov.br/artigos/not.php?id=1>> Acesso em: 05 Mai 2010.

SECRETARIA de Estado do Turismo. **Curitiba Estudo Sobre Turismo Receptivo Comparativo**: 1995, 2000, 2005, 2006 e 2007. Disponível em: <http://www.setu.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/estatisticas/estat_curitiba_comparatcom_1995_2007.pdf> Acesso em: 02 out. 2010.

SPORT Club Internacional. Disponível em: <www.internacional.com.br/> Acesso em: 17 Out 2010.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável**: turismo cultural, ecoturismo e ética. tradução: Saulo Krieger. Vol. 5. São Paulo: Aleph, 2000.

TRINDADE, E. M. de C.; ANDREAZZA, M. L. **Cultura e educação no Paraná**. Curitiba: SEED, 2001.

WEFFORT, F. C. **A cultura e as revoluções da modernização**. Rio de Janeiro: Edições Fundo Nacional de Cultura, 2000.

YÁZIGI, E. Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da (Orgs). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

ZATTI, C. **Nas restegas do gauchismo: ensaios com repasses**. Curitiba: Depto. de Imprensa Oficial do Estado, 1994.

ZEGLIN, T. Lei Nº 12131 DE 22 DE Março DE 2007. Disponível em: <<http://domino.cmc.pr.gov.br/contlei.nsf/baac9fc8c6760aa5052568fc004fc17e/fa3a07b3a4fbbfd1032572c9006279f2?OpenDocument>> Acesso em: 22 Set 2010.

APÊNDICES

Apêndice 1 – Roteiro da Entrevista para Churrascaria

Nome:

Idade:

Cargo/Função:

1. Quando foi inaugurada a churrascaria?
2. Qual seu vínculo com o Rio Grande do Sul?
3. Qual o vínculo do proprietário do estabelecimento com o Rio Grande do Sul?
4. Existe a intenção, por parte do estabelecimento em preservar/divulgar a tradição gaúcha? Por meio de que ações?
5. De que forma o estabelecimento representa a cultura gaúcha?
6. É oferecida alguma outra atração para os clientes?
7. Na sua opinião, como é a percepção dos clientes em relação à gastronomia gaúcha?
8. Como é o churrasco servido?
9. Existe demanda por pratos típicos do Rio Grande do Sul? O estabelecimento oferece algum, além do churrasco?
10. Reconhece algum símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba? Qual (is)?
11. Você vivencia a cultura gaúcha além da gastronomia? Por meio de qual costume/tradição?
12. Qual sua opinião sobre o aproveitamento turístico das manifestações relacionadas à cultura gaúcha?
13. Do seu ponto de vista, de que forma seria possível viabilizar este aproveitamento?

Apêndice 2 – Roteiro da Entrevista para CTG

Nome:

Idade:

Cargo/Função:

1. Como é a gestão, organização do CTG?
2. Como é o funcionamento do CTG?
3. Qual seu vínculo com o Rio Grande do Sul?
4. Conhece a história da chegada de gaúchos ao Paraná?
5. Qual é o público atendido/vinculado (funciona por sócios)?
6. Reconhece algum símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba? Qual (is)?
7. Você acredita que a cultura gaúcha em Curitiba está bem representada?
8. Você sente necessidade de um local que represente a cultura gaúcha em Curitiba, tendo em vista a quantidade de CTG's existentes na 1ª RT?
9. Você vivencia a cultura gaúcha fora do CTG? Por meio de qual costume/tradição?
10. Quais são as atividades oferecidas pelo CTG?
11. Com que frequência participa das atividades do CTG?
12. Na sua opinião, como é a percepção das pessoas de fora do CTG em relação às atividades deste?
13. Qual sua opinião sobre o aproveitamento turístico das manifestações relacionadas aos CTG's?
14. Do seu ponto de vista, de que forma seria possível viabilizar este aproveitamento?

Apêndice 3 – Roteiro da Entrevista para Consulado do Grêmio em Curitiba

Nome:

Idade:

Cargo/Função:

1. Qual seu vínculo com o Rio Grande do Sul?
2. Qual é a função do Consulado Gremista em Curitiba?
3. Como é a gestão, organização do consulado?
4. Como é a relação da torcida/consulado com a direção do Grêmio?
5. Sabe que o Grêmio (juntamente com o Internacional), desde 2009, é considerado Patrimônio Histórico Cultural e Afetivo por fazer parte da história do Rio Grande do Sul? Em sua opinião, qual a relevância desse reconhecimento para a cultura gaúcha?
6. O Consulado mantém algum tipo de vínculo/parceria com alguma entidade representante da cultura gaúcha? Qual entidade, onde se localiza?
7. Você percebe a vivência da cultura gaúcha pelos torcedores, além de torcer pelo Grêmio?
8. Você acredita que a torcida do Grêmio é uma forma de representar a cultura gaúcha em Curitiba?
9. Reconhece algum símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba?
10. Quais atividades são promovidas pelo consulado/torcida?
11. Com que frequência participa das atividades da torcida/consulado?
12. Na sua opinião, como é a percepção das pessoas de fora da torcida em relação ao fato de existir esta representação do Grêmio na cidade?
13. Você acredita que o Futebol pode ser um elemento de atração turística? Justifique.
14. Do seu ponto de vista, é possível viabilizar um aproveitamento turístico do futebol, juntamente com as outras manifestações da cultura gaúcha? De que forma?

Apêndice 4 – Roteiro da Entrevista para Instituto Municipal de Turismo

Nome:

Idade:

Cargo/Função:

1. Reconhece algum símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba? Qual (is)?
2. Existe a intenção por parte do IMT de promover turisticamente as manifestações culturais gaúchas em Curitiba (considerando o Parque dos Tropeiros, os CTG's existentes na cidade e a Semana Farroupilha presente no calendário de eventos)?
3. Conhece a história da chegada de gaúchos ao Paraná?
4. Você acredita que a cultura gaúcha em Curitiba está bem representada, tendo em vista as raízes históricas da cidade e de todo o Estado?
5. Qual sua opinião sobre o aproveitamento turístico das manifestações relacionadas à cultura gaúcha em Curitiba?
6. Do seu ponto de vista, de que forma seria possível utilizar turisticamente estas manifestações culturais?

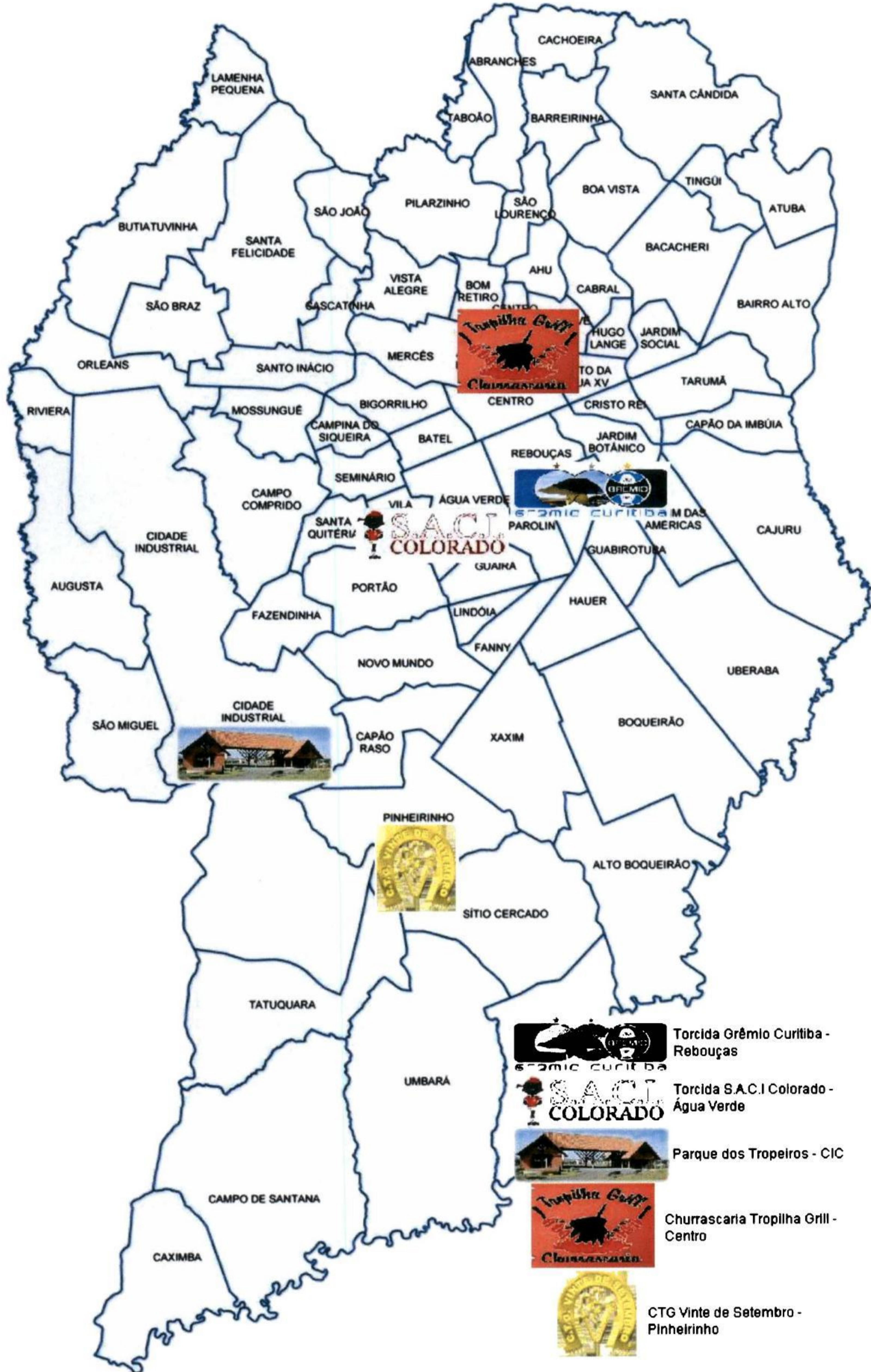
Apêndice 5 – Roteiro da Entrevista para Fundação Cultural de Curitiba

Nome:

Idade:

Cargo/Função:

1. Tendo em vista a promoção/trabalho realizado em relação a cultura de diversas etnias em Curitiba, você acredita haver espaço para (e ser importante) realizar um trabalho em relação a cultura brasileira presente no município?
2. Reconhece algum símbolo da cultura gaúcha na cidade de Curitiba? Qual (is)?
3. A Fundação Cultural de Curitiba promove de alguma forma as manifestações culturais gaúchas em Curitiba, ou alguma atividade relacionada a cultura gaúcha? De que forma, qual(is) atividade(s)?
4. Conhece a história da chegada de gaúchos ao Paraná?
5. Você acredita que a cultura gaúcha em Curitiba está bem representada, tendo em vista as raízes históricas da cidade e de todo o Estado?
6. Qual sua opinião sobre o aproveitamento turístico das manifestações relacionadas à cultura gaúcha em Curitiba?
7. Do seu ponto de vista, de que forma seria possível utilizar turisticamente estas manifestações culturais?



Música e dança

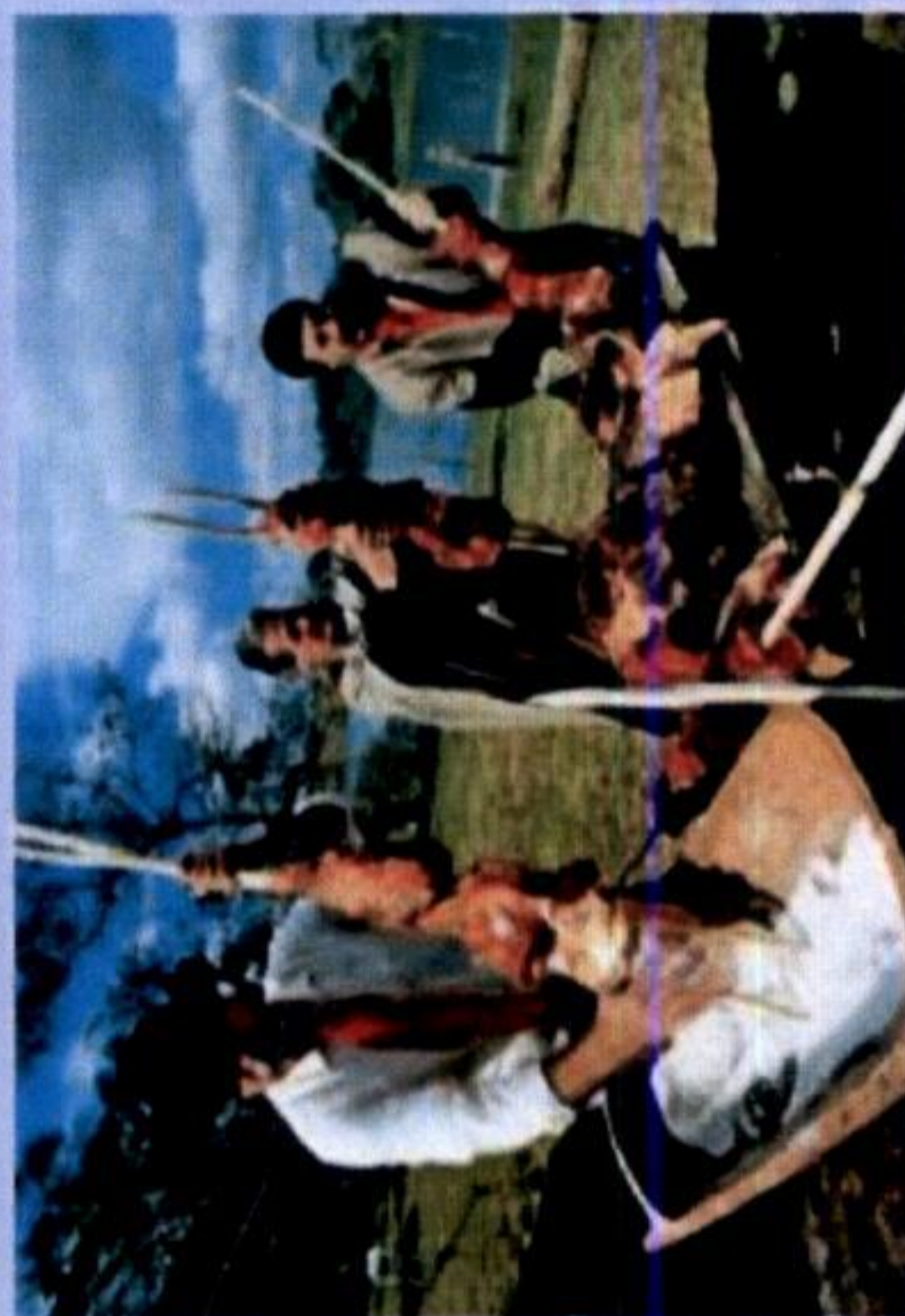


Os CTG's são instituições que buscam manter e divulgar as tradições, folclore e cultura gaúcha.



Gastronomia

O churrasco é muito importante na gastronomia gaúcha e amplamente apreciado por todo o país!!!



Tomar chimarrão é o hábito que mais identifica o gaúcho.



Futebol



O clássico GRE-NAL é o mais antigo do Brasil e sua torcida também está presente em Curitiba.



Para maiores informações visite um dos locais onde estas manifestações culturais são realizadas!!!

Anexo 1 – Lei sobre a Semana Farroupilha

Lei Ordinária nº	12131/2007
Data	22/03/2007

▼ Texto da Lei

Lei Nº 12131 DE 22 DE Março DE 2007

SÚMULA:

"Institui no Município de Curitiba, a Semana Farroupilha."

A CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA, CAPITAL DO ESTADO DO PARANÁ, aprovou e eu, Prefeito Municipal, sanciono a seguinte lei: Art. 1º. Fica instituída no Município de Curitiba, a Semana Farroupilha, a ser comemorada anualmente na semana que coincida com o dia 20 de setembro, que corresponde a data inicial da Revolução Farroupilha. Art. 2º. A Semana Farroupilha passa a fazer parte do calendário de eventos do Município de Curitiba. Art. 3º. (VETADO) Art 4º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação. PALÁCIO 29 DE MARÇO, em 22 de março de 2007. Carlos Alberto Richa PREFEITO MUNICIPAL

Projeto de Lei nº	05.00257.2006
Iniciativa	Tito Zeglin
Mensagem nº	

Data de publicação	29/03/2007	Data Publ. partes vetadas	
--------------------	------------	---------------------------	--