

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCar) - *campus* SOROCABA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES
BACHARELADO EM TURISMO

BIANCA PAES GARCIA DOS SANTOS

**TRANSFORMAÇÕES DA FESTA DO VINHO À EXPO SÃO ROQUE:
CULTURA E TURISMO EM SÃO ROQUE (SP)**

SOROCABA
2015

NIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCar) - *campus* SOROCABA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES
BACHARELADO EM TURISMO

BIANCA PAES GARCIA DOS SANTOS

**TRANSFORMAÇÕES DA FESTA DO VINHO À EXPO SÃO ROQUE:
CULTURA E TURISMO EM SÃO ROQUE (SP)**

Trabalho apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Federal de São Carlos – *campus* Sorocaba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientação: Prof^a Dra. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minassee.

SOROCABA
2015

Santos, Bianca Paes Garcia

TRANSFORMAÇÕES DA FESTA DO VINHO À EXPO SÃO ROQUE:
CULTURA E TURISMO EM SÃO ROQUE (SP) / Bianca Paes Garcia
Santos. -- 2015.

285 f. : 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade Federal de São
Carlos, campus Sorocaba, Sorocaba

Orientador: Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minasse

Banca examinadora: Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes
Minasse, Rita de Cássia Lana, Sílvio César Moral Marques

Bibliografia

1. Turismo Cultural. 2. Festas Típicas. 3. São Roque (SP). I. Orientador.
II. Universidade Federal de São Carlos. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo Programa de Geração Automática da Secretaria Geral de Informática (SIn).

DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)

Bibliotecário(a) Responsável: Maria Aparecida de Lourdes Mariano – CRB/8 6979

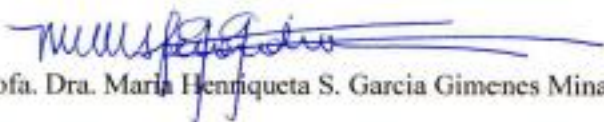
Bianca Paes Garcia dos Santos

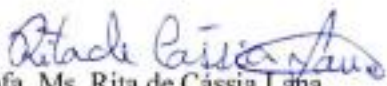
“Transformações da Festa do Vinho à Expo São Roque: cultura e turismo em São Roque (SP)”

Trabalho de Conclusão de Curso

Universidade Federal de São Carlos – Campus Sorocaba

Sorocaba, 01 de setembro de 2015


Orientador: Profa. Dra. Maria Henriqueta S. Garcia Gimenes Minassee


Membro 1: Profa. Ms. Rita de Cássia Lana


Membro 2: Prof. Dr. Silvio César Meral Marques

Com muito amor, aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

São tantos e tão especiais...

Agradeço todas as oportunidades que tive na vida que me conduziram à essa formação.

Aos meus pais pelo carinho, apoio, incentivo e esforços imensuráveis para que eu chegasse até essa etapa.

Aos meus amigos Enrico, Julia, Pablo e Renata pelo bom humor, amizade e constante incentivo, não só durante a produção desse trabalho, como também em toda nossa graduação, dentro e fora do espaço acadêmico.

Às grandes companheiras de madrugada, Rachel e Nathalia.

À minha orientadora, Marie, que gentilmente aceitou meu pedido de orientação e sempre foi uma querida que me instruiu com muito carinho, dedicação e paciência.

À Universidade Federal de São Carlos – *campus* Sorocaba, pelos anos em que frequentei um ambiente dinâmico e criativo, onde vivenciei experiências singulares, as quais serão de grande importância para minha vida toda.

Agradeço também a todos os professores que me acompanharam durante a graduação e se tornaram exemplos para minha vida profissional e acadêmica.

Aos meus colegas de trabalho da Etec de São Roque que foram demasiadamente flexíveis e compreensivos durante a elaboração desse trabalho.

A todos os que entrevistei, pela dedicação e confiança.

Aos funcionários do jornal “O Democrata” e da Biblioteca Pública Municipal “Prof. Arthur Riedel” pela disponibilidade em me ajudar e pela paciência em minhas intermináveis visitas

E por fim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram para esse trabalho.

“Por esse motivo, a história que mais me interessa é a analítica, ou seja, aquela que procura analisar o que ocorreu em vez de simplesmente descobrir o que aconteceu”.

(Eric Hobsbawm)

RESUMO

SANTOS, Bianca Paes Garcia dos. Transformações da Festa do Vinho à Expo São Roque: cultura e turismo em São Roque (SP). 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Federal de São Carlos, *campus* Sorocaba, Sorocaba, 2015.

O presente trabalho tem como objetivo analisar as transformações da “Festa da Uva e do Vinho” até se tornar a “Expo São Roque”, caracterizando e contextualizando os eventos ao longo dos anos. Além de motivações pessoais, essa pesquisa se justifica, pois, a Expo São Roque é um dos principais atrativos turísticos do município e estudar o que levou a atual configuração implica entender a relação do evento com a cultura local. Este trabalho foi desenvolvido pautando-se em uma pesquisa histórica e social, ambas de método indutivo, com base em análises exploratórias, material bibliográfico, documental, relatos verbais e observação sistemática direta. A apresentação da pesquisa está dividida em um referencial teórico que discute o turismo e os eventos, o turismo cultural e os impactos culturais; em um segundo momento há a contextualização geográfica e histórica do município de São Roque, evidenciando sua ligação com a vitivinicultura. Em sequência, as edições do evento são descritas, desde a criação até os dias atuais, e analisadas diante dos impactos que geraram no município. Por fim, são apresentados os resultados da pesquisa de campo que caracterizam a 21ª Expo São Roque, evidenciando as transformações ocorridas no evento. As conclusões do estudo apontam que a “Festa da Uva e do Vinho” não foi descaracterizada, o que ocorreu foi a associação de novas características, visto que, com o desenvolvimento da sociedade são-roquense, foram atribuídos novos comportamentos para o evento que passou de uma homenagem às origens da vitivinicultura local para um evento turístico baseado no enoturismo e na gastronomia.

Palavras chaves: Turismo Cultural. Tradições. Festas Típicas. São Roque.

ABSTRACT

SANTOS, Bianca Paes Garcia dos. Transformações da Festa do Vinho à Expo São Roque: cultura e turismo em São Roque (SP). 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Federal de São Carlos, *campus* Sorocaba, Sorocaba, 2015.

This study aims to analyze the transformations of "Festa da Uva e do Vinho" to become the "Expo São Roque", characterizing and contextualizing the events over the years. In addition to personal motivations, this research is justified because the "Expo São Roque" is one of the city's touristic attractions and study what led to the current configuration involves understanding the event's relationship with the local culture. This work was developed and are based on a historical and social research, both inductive method, based on exploratory analysis, bibliography, documentation, verbal reports and direct systematic observation. The presentation of the research is divided into a theoretical framework that discusses tourism and events, cultural tourism and cultural impacts; in a second stage there is the geographic and historical context of São Roque, showing their link to viticulture. In sequence, event issues are described, from creation to the present day, and analyzed before the impacts generated in the municipality. Finally, it is presented the Field research results that characterize the "21º Expo São Roque", evidencing the changes occurred in the event. The study's conclusion indicates that the "Festa da Uva e do Vinho" was not uncharacterized, what happened was the combination of new features, considering the development of são-roquense society, new behavior have been assigned to the event that became a tribute to the origins of the local wine industry to a touristic event based on wine tourism and gastronomy.

Key words: Cultural Tourism. Cultural inheritance. Popular Festivals. São Roque.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logomarca da Expo São Roque 2013	157
Figura 2 – <i>Flyer</i> promocional da Expo São Roque 2013	158
Figura 3 – Réplica do Cine São José na Expo São Roque 2013	159
Figura 4 – Salão dos vinhos na Expo São Roque 2013	160
Figura 5 – Pastel de alcachofra da Expo São Roque	161
Figura 6 – Apresentação da Pisa da Uva na Expo São Roque 2013	162
Figura 7 – Guia de atrações e localização (Parte externa)	163
Figura 8 – Guia de atrações e localização (Parte interna)	164
Figura 9 – Mapa dos municípios paulistas com turistas na Expo São Roque 2013	192
Figura 10 – Mapa dos municípios paulistas em razão da maioria dos turistas	198

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados síntese dos entrevistados	22
Quadro 2 – Síntese das motivações dos residentes	173
Quadro 3 – Síntese dos pontos altos do evento apontados pelos residentes	179
Quadro 4 – Relação dos aspectos que surpreenderam os residentes na Expo São Roque 2013	185
Quadro 5 – Resumo do que os residentes acham que os turistas pensam sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013 (positivas)	188
Quadro 6 – Resumo do que os residentes acham que os turistas pensam sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013 (negativas)	189
Quadro 7 – Resumo dos argumentos dos residentes que confirmam (ou não confirmam) as imagens supostamente criadas pelos turistas	190
Quadro 8 – Síntese das motivações dos turistas	203
Quadro 9 – Síntese dos pontos altos do evento apontados pelos turistas	211
Quadro 10 – Síntese dos pontos fracos do evento apontados pelos turistas	213
Quadro 11 – Relação dos aspectos que surpreenderam os turistas na Expo São Roque 2013	220
Quadro 12 – Resumo das imagens positivas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013	224
Quadro 13 – Resumo das imagens negativas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013	225
Quadro 14 – Síntese das imagens construídas pelos turistas, convergentes com a opinião dos residentes, baseada na visita à Expo São Roque 2013	246
Quadro 15 – Síntese da evolução cronológica dos eventos	277

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Síntese da coleta da amostra em relação a cada dia do evento	166
Tabela 2 – Tipos de acompanhante dos residentes por dia da semana	171
Tabela 3 – Relação das faixas etárias dos residentes com o tipo de acompanhante .	172
Tabela 4 – Motivações dos residentes de acordo com as faixas etárias	174
Tabela 5 – Atividades dos residentes de acordo com seus bairros de origem	177
Tabela 6 – Atividades dos residentes de acordo com as faixas etárias	178
Tabela 7 – Pontos altos do evento, segundo residentes, de acordo com as faixas etárias	180
Tabela 8 – Relação do atendimento às expectativas com a pretensão de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (residentes)	183
Tabela 9 – Relação entre as pretensões de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (residentes)	184
Tabela 10 – Surpresas positivas em razão da frequência no evento (residentes)	187
Tabela 11 – Surpresas negativas em razão da frequência no evento (residentes)	187
Tabela 12 – Turistas da Expo São Roque 2013 de acordo com seus estados	191
Tabela 13 – Turistas paulistas da Expo São Roque de acordo com seus municípios	193
Tabela 14 – Tipos de acompanhante dos turistas por dia da semana	197
Tabela 15 – Relação das faixas etárias dos turistas com o tipo de acompanhante	199
Tabela 16 – Síntese das motivações dos turistas de acordo com as faixas etárias	206
Tabela 17 – Síntese das atividades dos turistas de acordo com as faixas etárias	210
Tabela 18 – Síntese dos pontos altos, apontados pelos turistas, de acordo com as faixas etárias	214
Tabela 19 – Síntese dos pontos baixos, apontados pelos turistas, de acordo com as faixas etárias	215
Tabela 20 – Relação do atendimento às expectativas com a pretensão de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (turistas)	217
Tabela 21 – Relação entre as pretensões de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (turistas)	219
Tabela 22 – Comparação entre as motivações dos turistas e dos residentes	232

Tabela 23 – Comparação entre as atividades desenvolvidas por turistas e residentes na Expo São Roque 2013	234
Tabela 24 – Comparação entre os pontos altos apontados pelos turistas e pelos residentes durante a Expo São Roque 2013	236
Tabela 25 – Comparação entre os pontos baixos apontados pelos turistas e pelos residentes durante a Expo São Roque 2013	237
Tabela 26 – Comparação entre os fatores que surpreenderam positivamente residentes e turistas durante a Expo São Roque 2013	242
Tabela 27. – Comparação entre os fatores que surpreenderam negativamente residentes e turistas durante a Expo São Roque 2013	243

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Produção vinícola são-roquense de 1886 a 2011	68
Gráfico 2 – Número de vinícolas em São Roque de 1980 a 2013	69
Gráfico 3 – Residentes e Turistas na Expo São Roque 2013	166
Gráfico 4 – Incidência de residentes em cada dia pesquisado	167
Gráfico 5 – Bairro de origem dos residentes que visitaram a Expo São Roque 2013 .	168
Gráfico 6 – Idade dos residentes que visitaram a Expo São Roque 2013	169
Gráfico 7 – Faixas etárias dos residentes por dias da semana	170
Gráfico 8 – Acompanhantes dos residentes da Expo São Roque 2013	171
Gráfico 9 – Frequência dos moradores locais no evento	172
Gráfico 10 – Principais atividades desenvolvidas pelos residentes na Expo São Roque 2013	176
Gráfico 11 – Atividades desenvolvidas pelos residentes em cada dia da semana	176
Gráfico 12 – Atendimento das expectativas dos moradores locais referentes à Expo São Roque 2013	182
Gráfico 13 – Pretensão dos residentes em retornar à Expo São Roque 2013	183
Gráfico 14 – Pretensão dos residentes em retornar nas próximas edições	184
Gráfico 15 – Correspondência das imagens construídas pela Expo São Roque 2013 com a realidade, segundo o residente	189
Gráfico 16 – Estados de origem dos turistas da Expo São Roque 2013	191
Gráfico 17 – Incidência de turistas em cada dia pesquisado	194
Gráfico 18 – Idade dos turistas que visitaram a Expo São Roque 2013	195
Gráfico 19 – Faixas etárias dos turistas por dias da semana	195
Gráfico 20 – Acompanhantes dos turistas Expo São Roque 2013	196
Gráfico 21 – Turistas em excursão por dia pesquisado	197
Gráfico 22 – Como os turistas ficaram sabendo da Expo São Roque 2013	200
Gráfico 23 – Turistas que visitaram o evento pela primeira vez	202
Gráfico 24 – Frequência dos turistas em edições anteriores do evento	202
Gráfico 25 – Principais atividades desenvolvidas pelos turistas na Expo São Roque 2013	208

Gráfico 26 – Frequência dos turistas em edições anteriores do evento	209
Gráfico 27 – Atendimento das expectativas dos turistas referentes à Expo São Roque 2013	216
Gráfico 28 – Pretensão dos turistas em retornar à Expo São Roque 2013	218
Gráfico 29 – Pretensão dos turistas em retornar nas próximas edições	218
Gráfico 30 – Motivação em conhecer mais atrativos em São Roque	220
Gráfico 31 – Fatores surpreendentes em razão da frequência ao evento (turistas)	223
Gráfico 32 – Incidência de turistas e residentes em cada dia pesquisado	228
Gráfico 33 – Faixas etárias dos visitantes da Expo São Roque 2013	229
Gráfico 34 – Acompanhantes dos visitantes da Expo São Roque 2013	230
Gráfico 35 – Índice de retorno	230
Gráfico 36 – Relação de turistas e residentes em razão da frequência ao evento	231
Gráfico 37 – Atendimento das expectativas dos visitantes da Expo São Roque 2013	238
Gráfico 38 – Pretensão dos visitantes em retornar à Expo São Roque 2013	240
Gráfico 39 – Pretensão dos visitantes em retornar para as próximas edições	240
Gráfico 40 – Fatores que surpreenderam os visitantes em razão da frequência ao evento	245

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Aproflora	Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais da Região de Cotia
CMMA	Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CONDEPHAAT	Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico
DPRN	Departamento de Proteção e Reservas Naturais
Fiesp	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
ICOM	Conselho Internacional de Museus
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IPAC	Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial de Turismo
PIT	Ponto de Informações Turísticas
SENET	Secretaria de Estado dos Negócios de Esporte e Turismo
Sindusvinho	Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	18
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	24
1.1 TURISMO	24
1.2 TURISMO CULTURAL	27
1.3 IMPACTOS CULTURAIS.....	34
2. CONTEXTUALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E HISTÓRICA DO MUNICÍPIO DE SÃO ROQUE	39
2.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	39
2.2 O HISTÓRICO DE SÃO ROQUE E SUA RELAÇÃO COM O VINHO ..	41
3. DESDE A FESTA DO VINHO A EXPO SÃO ROQUE: AS TRANSFORMAÇÕES DO EVENTO	70
3.1 FESTA DA UVA E DO VINHO E FESTA DA VINDIMA.....	70
3.2 FESTA DO VINHO.....	72
3.3 FEIRA DO VINHO.....	83
3.4 O RETORNO DA FESTA DO VINHO	100
3.5 EXPOFLORAL E EXPO SÃO ROQUE	119
4. EXPO SÃO ROQUE 2013	157
4.1 RESIDENTES.....	167
4.2 TURISTAS.....	191
4.3 COMPARAÇÕES ENTRE AS PERCEPÇÕES DOS RESIDENTES E DOS TURISTAS NA EXPO SÃO ROQUE 2013.....	228
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	249
REFERÊNCIAS	257
APÊNDICE I – Modelo de formulário (Residentes)	275

APÊNDICE II – Modelo de formulário (Turistas).....	276
APÊNDICE III – Síntese da evolução cronológica dos eventos	276

INTRODUÇÃO

São Roque, cidade do interior do Estado de São Paulo com 78.821 habitantes (IBGE, 2014), ganhou o epíteto de “Terra do Vinho” na década de 1950 em razão da sua forte ligação com a vitivinicultura¹. A história da cidade está atrelada à produção do vinho desde sua fundação, uma vez que o fundador Pedro Vaz de Barros foi o primeiro a cultivar uvas e fabricar vinho na região (SANTOS, 1939).

Apesar dos índices agrícolas não terem apresentando qualquer menção à produção de uvas ou vinho na região de 1785 a 1880, devido ao crescente interesse pela produção de cana de açúcar e à publicação do alvará da Rainha Maria I (SANTOS, 1972; ROMERO, 2004), a vitivinicultura são-roquense retornou em 1880, com a ação de três pioneiros que se propuseram a dedicar-se novamente à atividade (SANTOS, 1939; LIMA; VILLANI, 1957; SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989; SANTIAGO, 2008). Desde então a atividade vinícola em São Roque nunca mais desapareceu, passou por períodos de crises, renovações e auge de produção, e, mesmo assim, se mantém até os dias de hoje (SILVEIRA, 1989; DIAS; SANTIAGO, 2008; GOÉS, 2011).

Essa ligação do cultivo da uva com a produção do vinho levou à organização da primeira Festa da Uva e do Vinho de São Roque, em janeiro de 1942, com o objetivo de comemorar a colheita da uva. Nesta versão a festa contava com um aspecto comemorativo, relativo à colheita, servia como divulgação das marcas de vinhos locais e contava com concursos de vinhos, escolha de rainha da festa, além de desfile de carros alegóricos com a participação das escolas, escoteiros e ciclistas (LIMA; VILLANI, 1957).

O evento sofreu interrupções durante os períodos de guerra (LIMA; VILLANI, 1957; BIAZZI, 1984; LIMA, 1985; SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011) e foi suspenso de 1989 a 1992, devido a problemas de infraestrutura (O CRUZEIRO DO SUL, 1989; O DEMOCRATA, 1989; CARAMBEÍ, 1994). Segundo informações divulgadas nos jornais

¹ Os termos viticultura e vinicultura comumente se confundem. Viticultura, segundo o dicionário Michaelis é a etapa da cultura das vinhas e está relacionada aos viticultores; enquanto vinicultura diz respeito aos processos de fabricação do vinho. Quando as duas atividades se unem num mesmo local ou o mesmo produtor realiza os dois processos, temos a vitivinicultura, as vitivinícolas e os vitivinicultores (DIAS; GOÉS, 2011).

da época, São Roque já não comportava mais o público que a Festa atraía e, por isso, sofria com o vandalismo e os rastros de sujeira que os frequentadores do evento deixavam. Esta situação começou, aos poucos, a despertar a hostilidade do morador local diante do visitante que já não era mais bem-vindo (O CRUZEIRO DO SUL, 1989; O DEMOCRATA, 1989; O CARAMBEÍ, 1994).

Em 1993, a festividade voltou a acontecer, porém, em um novo formato, sendo chamada de “Expofloral”. A Expofloral acontecia em um recinto fechado chamado Recanto da Cascata, com cobrança de ingresso e com programação diferente das Festas do Vinho (DIAS; GOÉS, 2011; RENZO, 2013). Na Expofloral, o foco central não era mais apenas o vinho, mas também as alcachofras e flores. A programação deste novo formato do evento contava com a realização da pisa da uva, como faziam os primeiros produtores de vinho, exposição de artesanato e gastronomia local, além da realização de shows e outras apresentações artísticas (DIAS; GOÉS, 2011; RENZO, 2013).

Em 2005, o evento passou por novas adaptações, o Sindusvinho – Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque - assumiu a organização e transformou a Expofloral na Expo São Roque com o objetivo de ampliar a divulgação dos produtos são-roquense e incrementar o produto turístico da cidade (SINDUSVINHO, 2013). Neste novo formato, que se mantém até hoje, a organização busca reunir e expor tudo o que é produzido na cidade, transformando o evento em uma grande exposição dos produtos são-roquenses.

Nota-se, portanto, que a Festa do Vinho passou por várias transformações até se tornar Expo São Roque e é por isso que esta pesquisa se dedica a estudar tais transformações, uma vez que no início as festas aconteciam para celebrar a safra da uva, comemorar a cultura do vinho e promover as marcas de vinhos locais. Hoje, o objetivo da festa não é muito diferente, pretende-se exibir tudo o que São Roque produz, de vinhos e alcachofras a artesanato e flores, servindo como vitrine para que o turista possa ver a diversidade de produtos turísticos que a cidade tem a oferecer, mantendo também a promoção das marcas de vinhos locais e manutenção da tradição de São Roque com a vitivinicultura.

Desde a Festa do Vinho até a Expo São Roque, o evento sempre movimentou a cidade, atraindo muitos visitantes e aquecendo a economia local. Por isso, ao considerar-se a relevância desta festa no cenário turístico municipal, esta pesquisa faz-se imprescindível, uma vez que a Expo São Roque é um dos principais atrativos turísticos do município e entender as transformações que levaram à configuração atual permite que se analisem os elementos da programação e sua relação com a cultura local, bem como a imagem de São Roque e de seus produtos que são vendidos aos turistas.

Além da relevância do evento na atividade turística são-roquense, o desejo de realizar essa pesquisa vem da minha relação pessoal com a cidade, onde eu resido desde 1997. Sou guia de turismo receptivo e diversas vezes me deparei com turistas que vieram às Festas do Vinho e hoje retornaram para a Expo São Roque, onde encontram algo completamente diferente daquilo que viram há anos. Ouço também os moradores mais antigos da cidade contarem as histórias da Festa do Vinho e de como a cidade ficava quando os turistas chegavam, são narrativas que transmitem a ideia de que a Festa do Vinho era um grande acontecimento na cidade. Nos anos que moro em São Roque pude frequentar a Expo Floral e a Expo São Roque e minhas experiências não se assemelham as que ouvi dos moradores que puderam frequentar a Festa do Vinho, por isso o desejo de entender as transformações que ocorreram no evento e perceber se ele ainda mantém traços da cultura local.

Desta forma, o objetivo geral deste trabalho de conclusão de curso é analisar o evento Expo São Roque, pontuando quais foram as transformações da Festa do Vinho ao se tornar Expo São Roque e descobrir se essas transformações levaram ou não à descaracterização do evento.

Para isso, tem-se como objetivos específicos: caracterizar a Festa do Vinho de São Roque e a atual Expo São Roque em seus aspectos históricos, operacionais, culturais e turísticos; analisar se a Expo São Roque apresenta em sua programação elementos que remetem à cultura são-roquense e se tais elementos são percebidos pelos visitantes; além de identificar as principais transformações ocorridas na transição da Festa do Vinho de São Roque para a Expo São Roque e entender os motivos que geraram tais mudanças e transformações.

Com os resultados desta pesquisa pretende-se gerar subsídios que poderão alterar a realidade local em vários âmbitos: politicamente, uma vez que festa poderá ser mais bem planejada; socialmente, já que a população local poderá desenvolver laços mais estreitos com a festividade; e economicamente, visto que terá benefícios, pois os turistas buscam experiências cada vez mais singulares.

Esta pesquisa foi desenvolvida pautando-se em uma pesquisa histórica e por uma pesquisa social, ambas de método indutivo. A pesquisa tem base em análises exploratórias e faz uso de material bibliográfico, documental, relatos verbais e observação sistemática direta. Caracteriza-se predominantemente pela coleta e análise de dados qualitativos, mas em alguns pontos, a fim de comparações, será necessária a coleta de dados quantitativos, sendo assim classificada com uma pesquisa mista baseada em fontes primárias e secundárias (DENCKER, 2007; MARCONI; LAKATOS, 2007).

Os dados primários foram coletados através de quatro instrumentos de pesquisa: roteiro de análises, roteiro de observação direta, formulários, entrevistas e fotografia (DENCKER, 2007; MARCONI; LAKATOS, 2007). Os dados secundários foram coletados através de pesquisa bibliográfica e documental.

A pesquisa bibliográfica se concentrou em conceitos como turismo, cultura e turismo cultural. A pesquisa documental foi realizada nos arquivos do Jornal O Democrata, privilegiando as publicações referentes às Festas do Vinho. Pretendeu-se usar essas publicações como forma de entender como a festa acontecia e como a população se relacionava com ela. O Jornal da Economia é mais recente, porém há uma série de publicações que se referem às Festas do Vinho. Além disso, foram consultadas publicações mais recentes sobre a Expo São Roque.

A coleta de dados através de observação direta aconteceu durante a Expo São Roque 2013, no mês de outubro. Os dados quantitativos, que permitiram entender a porcentagem de são-roquenses e turistas que frequentaram o evento este ano, também foram colhidos durante o evento. Ainda durante a Expo São Roque 2013 foram entrevistados 432 visitantes (363 turistas e 69 munícipes) – representando 0,81% do público total do evento -, de forma aleatória, que responderam a um formulário de 12 (para residentes) ou 13 (para turistas) perguntas sobre suas percepções do evento. Esta

amostragem não tem caráter probabilístico, mas permitiu um exercício de análise da Festa em questão.

Os relatos verbais foram coletados por meio de entrevistas, também direcionadas por um roteiro semiestruturado. Foram entrevistadas pessoas com ligação com o evento e com o turismo da cidade, como mostra o quadro 1:

Quadro 1 – Dados síntese dos entrevistados

	Nome do entrevistado	Relação com a festa
1	Antônio Renzo	Organizador da Expo São Roque
2	José Carlos Dias Bastos (Zé do Nino)	Organizador de algumas edições da Festa do Vinho
3	Regina Célia Martins	Auxiliar na organização da Expo São Roque e responsável pelo departamento financeiro do evento

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

Após a revisão teórica, os dados foram coletados, organizados e interpretados, e os resultados são apresentados neste trabalho. As conclusões deste trabalho poderão auxiliar no planejamento turístico da Expo São Roque e possibilitar maior participação da comunidade local na exibição de seus traços culturais, além, é claro, de trazer benefícios econômicos como reflexo de tais ações.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: no capítulo 1, intitulado “Fundamentos Teóricos”, são apresentados conceitos que fundamentam as análises da pesquisa, tais como turismo, patrimônio cultural, tradições, turismo cultural e os impactos culturais decorrentes da atividade turística. O capítulo 2, denominado “Contextualização geográfica e histórica do município de São Roque” é composto pela caracterização histórico-geográfica do município onde aconteceram os eventos estudados e pela história da cidade, contata em paralelo com a evolução da sua vitivinicultura, ressaltando a importância da atividade em cada fase histórica do município.

O capítulo 3 é chamado de “Desde a Festa do Vinho a Expo São Roque: As transformações do evento”, onde toda a história dos eventos é narrada ano a ano, baseando-se, principalmente, em notícias vinculadas nas mídias locais. Ainda neste capítulo, buscou-se apresentar detalhes de cada edição dos eventos a fim de evidenciar ao leitor as proporções que eles alcançavam na realidade local são-roquense.

O último capítulo, intitulado “Expo São Roque 2013”, apresenta os resultados da pesquisa de campo realizada na Expo São Roque 2013, onde os dados primários desta pesquisa foram coletados. Também no capítulo 4 são apresentadas demonstrações gráficas que comparam as percepções do turista e do munícipe diante das atrações disponíveis no evento. Baseando-se nisso, apresenta-se a conclusão, onde se discute os objetivos alcançados e a verificação ou não das hipóteses apontadas ao longo do trabalho.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Para identificar as principais transformações ocorridas ao longo dos anos da Festa do Vinho para a Expo São Roque, assim como para perceber e analisar se os elementos da programação se remetem à cultura são-roquense, necessita-se do entendimento de alguns conceitos e definições, que juntos, fundamentarão este estudo que compreenderá a relação entre os eventos e a cultura local ao longo da história e discutirá suas principais transformações.

1.1 TURISMO

A Expo São Roque é um importante evento turístico, assim como foram as Festas do Vinho durante suas edições. Eventos podem ser considerados “uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o ‘tema’ principal do evento e justifica a sua realização” (GIACAGLIA, 2003, p.3) ou ainda, como acontecimentos que fogem à rotina e são programados para reunir um grupo de pessoas (CAMPOS; WYSE; ARAÚJO, 2000). Os eventos podem ser classificados como “folclóricos, cívicos, religiosos, políticos, sociais, artísticos, científicos, culturais, desportivos, técnicos e etc.” (CESCA, 2008, p. 20).

A Expo São Roque enquadra-se nos eventos culturais, que englobam toda e qualquer manifestação temporária, repetida periodicamente onde o turista pode interagir e conhecer a cultura² local (GIACAGLIA, 2003; BRASIL, 2006; BENI, 2008; CESCA, 2008). Nessa categoria, incluem-se “os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronômicos, exposições de arte, de artesanato e outros” (BRASIL, 2006, p.15). Esse tipo de evento configura-se como uma forma de manifestação de um

2 Segundo Laraia (2013) a cultura é um conjunto de valores, crenças, costumes, hábitos e etc. que são aprendidos e transmitidos dentro de um grupo, responsáveis pela configuração do comportamento e visão de mundo dos indivíduos desse grupo. O fato da cultura de um povo ser transmitida de geração em geração faz com que ao longo do tempo ela sofra algumas transformações e, até mesmo, se atualize, ganhando novos significados e práticas que sejam mais condizentes com sua nova realidade, isso se deve ao fato da cultura ser dinâmica (GRÜNEWALD, 2001; LARAIA, 2013). Em decorrência disso, as mudanças que aconteceram da Festa do Vinho até a Expo São Roque devem ser estudadas para que se possa perceber se foram mudanças naturais, causadas pela dinamicidade da cultura, ou se foram mudanças que descaracterizaram a proposta dos eventos.

patrimônio cultural, neste caso o patrimônio cultural são-roquense, capaz de despertar a atenção midiática, podendo ser notícia e, dessa forma, divulgando a cidade de São Roque enquanto destino turístico (CESCA, 2008).

Por suas características, tanto a Festa do Vinho como a Expo São Roque apresentaram-se no formato de feiras que são, segundo Cesca (2008), formas de se expor publicamente produtos e objetos com a finalidade de divulgar e/ou vender. Por se tratarem de eventos culturais, pode-se entender que essas feiras são locais de compra e venda de produtos tradicionais ou que visam demonstrar hábitos culinários e produtos locais através de degustações e apresentações que evidenciavam seu consumo e produção (IGNARRA, 2003; BENI, 2008).

Tais eventos também podem ser vistos como espaços de lazer³, isso porque atendem simultaneamente às necessidades de conhecimento e de lazer dos turistas e da comunidade local. O lazer tornou-se uma das prioridades para as sociedades modernas (RUSCHMANN; SOLHA, 2006) e consiste no “estado de espírito em que o ser humano se coloca, instintivamente, dentro de seu tempo livre, em busca do lúdico (diversão alegria e entretenimento)” (CAVALARRI; ZACHARIAS, 2008, p.15). Nota-se que os elementos das programações da Festa do Vinho e da Expo São Roque são voltados ao lazer de seus visitantes, ou seja, visam ofertar alegria, diversão e entretenimento aos que ocupam seu tempo livre no evento.

Os eventos estudados configuram-se como, além de espaços de lazer, atrativos turísticos⁴, pois são capazes de estimular o deslocamento de grupos para a localidade em que acontecem. Os eventos são-roquenses objetos dessa pesquisa encaixam-se nas categorias dos atrativos turísticos culturais referentes às manifestações e usos tradicionais, por isso, podem ser entendidos como práticas culturais tidas como específicas de determinada localidade e consideradas objeto de apreciação turística (IGNARRA, 2003; BENI, 2008). Em vista disso, os atrativos turísticos culturais são

³ Os espaços são entendidos sob a ótica do pensamento de Certeau (*apud* LANGARO, 2009), pois o conceito vai além de aspectos físicos, delimitados geograficamente. Os espaços são considerados produtos da ação humana que atendem aos interesses e necessidades de um grupo (LANGARO, 2009).

⁴ Atrativos turísticos são entendidos como “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (BENI, 2008, p. 331). Eles são classificados como naturais, histórico-culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas ou acontecimentos programados (EMBRATUR, 1984).

apontados pelo Ministério do Turismo (2010) como os “elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo [...]” (BRASIL, 2010, p. 55).

Ao apontar a Expo São Roque como um atrativo turístico, é necessário delimitar a concepção do termo “turismo”, uma vez que são diversas as definições utilizadas. Este conceito passou por diversas discussões ao longo dos anos, alguns autores apresentaram pontos singulares em suas definições, mas, apesar da validade dessas reflexões, a definição oficial construída pela Organização Mundial de Turismo – OMT - é bastante restrita e limita-se a abranger os aspectos motivadores das viagens, o período de tempo e a localização da atividade turística. No Brasil, o órgão oficial de turismo, o Ministério do Turismo, também adota esta definição como oficial:

O turismo compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001 *apud* BRASIL, 2006, p. 4).

Aquele que pratica turismo é chamado de turista, oficialmente definido pela OMT como um “visitante temporário, proveniente de um país estrangeiro, que permanece no país por mais de 24 horas e menos de três meses, por qualquer razão, exceção feita de trabalho” (BARRETO, 2008, p.25). Porém nas análises do público dos eventos estudados percebe-se um tipo específico de turista, o excursionista, aquele que permanece menos de 24 horas no local visitado. Para Pérez (2009) e Silva e Braga Filho (2010) os excursionistas possuem as mesmas características dos turistas, mas por permanecerem no destino menos tempo, geram impactos diferentes.

Buscando organizar e planejar a oferta turística de forma a melhor atender diferentes perfis de turistas e excursionistas, surgiram as estratégias de segmentação turística. Do ponto de vista da oferta, o Ministério do Turismo do Brasil estabeleceu 12 segmentos prioritários⁵ e, dentre eles, o segmento de Turismo Cultural – no qual se enquadram os eventos estudados – e que será discutido a seguir.

⁵ Turismo Cultural; Turismo de Pesca; Turismo Rural; Ecoturismo; Turismo de Aventura; Turismo Náutico; Turismo de Sol e Praia; Turismo de Estudos e Intercâmbio; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo de Esportes; Turismo de Saúde e Turismo Social (BRASIL, 2010).

1.2 TURISMO CULTURAL

O desenvolvimento sustentável é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (CMMA, 1988, p.46), buscando aliar eficiência econômica com justiça social e prudência ecológica. O Turismo Sustentável, por sua vez, seria “aquele que atende às necessidades dos turistas atuais, sem comprometer a possibilidade do usufruto dos recursos pelas gerações futuras” (*World Commission Environment and Development*, 1987 *apud* RUSCHMANN, 1997, p.10), tentando buscar um equilíbrio com o desenvolvimento da atividade, a satisfação dos turistas e o atendimento às necessidades da comunidade receptora, contemplando a valorização e proteção ao patrimônio ambiental e cultural das localidades. O Turismo Sustentável busca o uso adequado dos patrimônios culturais e os naturais⁶.

Em contraponto ao Turismo Sustentável encontra-se o Turismo de Massa, modelo a ser combatido, uma vez que os impactos culturais negativos da atividade turística vão se intensificando à medida em que o volume de turista se amplia (CASTRO, 2001; IGNARRA, 2003). Esse segmento é definido como estimulante de um fluxo constante e contínuo de visitantes, além disso, nas áreas onde ocorre, o turismo é a maior fonte de receitas e a relação entre nativos e turistas é estritamente comercial, gerando grandes impactos na dinâmica local (SMITH, 1989 *apud* PÉREZ, 2009)⁷.

O turismo de massa pode atuar de maneira devastadora, levando ao esgotamento dos recursos. Por isso, Barreto (2000 *apud* BARRETO; BANDUCCI, 2001) mostrou-se preocupada “[...] quanto à banalização do patrimônio, que deixa de ser valioso pela sua significação histórica ou identidade local, passando a ter valor porque pode ser vendido como atrativo turístico” (BARRETO; BANDUCCI, 2001, p. 14).

⁶ O patrimônio natural é o conjunto de “objetos naturais e atributos intangíveis que engloba a fauna e flora, geologia, paisagem e formas de relevo” (LICCARDO, s.d, p.2). Esse patrimônio é composto por “formações geológicas e regiões que constituem habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas, com valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação”. (LICCARDO, s.d, p.4)

⁷ A maior crítica ao turismo de massa recai sobre a tendência dos turistas de massa de não possuírem interesse na cultura do morador local, reduzindo a atividade turística a simples intercâmbio econômico (PATIN, 1999 *apud* PÉREZ, 2009).

Por esse motivo, a salvaguarda⁸ dos patrimônios é um dos fundamentos do Turismo Cultural, apresentando-se como um dos segmentos baseados no Turismo Sustentável mais explorado na atualidade (ANDRADE, 2008; PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012). Por isso, entende-se o patrimônio, quando visto sob a ótica da antropologia, como o conjunto de bens materiais e/ou imateriais que contam a história de um povo e sua relação com o ambiente que o cerca, é o legado cultural ou ambiental que se herda e transmite-se às gerações futuras (ZANIRATO; RIBEIRO, 2006).

Os patrimônios culturais são o conjunto de bens culturais, de natureza material ou imaterial, compostos pelos saberes, fazeres, modos de vida, expressões e práticas que se referem às identidades coletivas ou individuais, às memórias e à história de um grupo, são um legado cultural recebido pelas gerações de seus antepassados (BRASIL, 1988; LEMOS, 2004; ZANIRATO; RIBEIRO, 2006; BRAYNER, 2007; PÉREZ, 2009).

Dentro dos processos de registro/tombamento os bens que compõem o patrimônio cultural são definidos através de um processo de seleção daquilo que é considerado mais representativo do ponto de vista da identidade cultural de um grupo, já que não se pode conservar nem patrimonializar tudo (LEMOS, 2004; PÉREZ, 2009). Essa “materialização” da cultura através do patrimônio cultural funciona como uma forma de manter um pequeno traço cultural como permanente, enquanto o resto da cultura vai se transformando (LEMOS, 2004; PÉREZ, 2009). Nota-se que todos os eventos desde a Festa do Vinho até a Expo São Roque possuem traços em comum, como, por exemplo, a pisa da uva. Acredita-se que esses traços tenham sido selecionados como melhores representantes da identidade são-roquense e, por isso, mesmo que a cada edição os eventos sejam reinventados e considerando as mudanças

⁸ Salvaguarda significa assegurar a permanência da memória de um povo e sua cultura, para isso é necessário protegê-las, conserva-las e preserva-las (IPAC, 2014). Lembrando-se de que a conservação envolve a utilização racional dos recursos disponíveis, enquanto a preservação protege os bens de forma integral, não admitindo quaisquer usos ou transformações (IPHAN, 2014). Existem algumas instituições que estabelecem os parâmetros quanto à conceituação, conservação, proteção, salvaguarda e sustentabilidade do patrimônio cultural. No âmbito internacional, a referência é a UNESCO, no âmbito nacional é o IPHAN e no Estado de São Paulo é o CONDEPHAAT, além disso, alguns municípios também possuem órgãos responsáveis pelos patrimônios, no caso de São Roque não há um órgão para essa função, a Divisão de Turismo e a Divisão de Cultura tomam as providências necessárias, seguindo as orientações do IPHAN e do CONDEPHAAT.

causadas pela dinamicidade da cultura local, eles se mantêm a fim de, simbolicamente, representar a cultura e a identidade são-roquense.

Antes falava-se muito dos patrimônios culturais referindo-se aos grandes monumentos artísticos do passado, às edificações históricas, entre outros patrimônios que são tangíveis, materiais⁹. Atualmente, inclusive no contexto do turismo, tem-se destacado os discursos acerca do reconhecimento e da valorização dos patrimônios culturais que são intangíveis, ou seja, imateriais, como tradições, expressões de arte, gastronomia, folclores e etc. (ZANIRATO; RIBEIRO, 2006), é justamente nesta categoria que se encaixam os eventos objetos desse estudo. O patrimônio cultural imaterial pode ser entendido como:

[...] os usos, as representações, as expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhe são inerentes – que as comunidades, os grupos e nalguns casos os indivíduos reconheçam como parte integrante do seu patrimônio cultural (UNESCO, 2000 *apud* PÉREZ, 2009, p. 156-157).

O patrimônio cultural imaterial, diferente do material, possui uma dinamicidade intrínseca, pois sua transmissão e constante reprodução deixa o patrimônio sujeito a mudanças impostas pelo cotidiano do homem, uma vez que se trata de seus “modos de vida, saberes e fazeres, que evoluem constantemente” (BRASIL, 2010, p.53)¹⁰. Eventualmente essa dinamicidade do patrimônio cultural imaterial pode vir a justificar

⁹ Os patrimônios culturais materiais são bens tangíveis, como por exemplo, objetos, edifícios, monumentos e documentos, esse patrimônio é constituído por bens móveis e imóveis. Os bens móveis são aqueles que podem ser transportados, tais como livros, documentos e obras de arte, enquanto os bens imóveis são estáticos e não podem ser transportados como prédios, cidades, sítios arqueológicos e ruas (BRAYNER, 2007; BRASIL, 2010; IPHAN, 2014). O instrumento legal responsável pela proteção do patrimônio cultural material é chamado de tombamento, uma das políticas governamentais para incentivar, apoiar e promover a manutenção e preservação dos patrimônios, a fim de que eles mantenham suas características essenciais e não se deteriore (BRASIL, 2010; IPHAN, 2014). Através do tombamento esses patrimônios são classificados entre os quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas (IPHAN, 2014).

¹⁰ O instrumento legal para proteger o patrimônio cultural imaterial é chamado registro (IPHAN, 2014). Os registros servem para apoiar a continuidade do patrimônio de maneira sustentável, proporcionando melhorias nas condições sociais e materiais para a transmissão e reprodução do bem cultural imaterial (BRASIL, 2010; IPHAN, 2014). Um patrimônio cultural imaterial pode ser registrado em um dos Livros de Registros: dos Saberes; das Celebrações; das Formas de Expressão; e dos Lugares (BRAYNER, 2007; IPHAN, 2014). A inscrição do patrimônio em um dos Livros de Registro do IPHAN contribui para “o reconhecimento e a valorização do papel de uma determinada manifestação cultural na formação da cultura brasileira” (BRAYNER, 2007, p.22).

algumas das transformações que ocorreram nos eventos são-roquenses que foram estudados.

Além disso, existem dois conceitos, intimamente ligados à ideia de patrimônio cultural, que auxiliam na compreensão das transformações e da importância dos eventos Festa do Vinho e Expo São Roque, são eles: identidade cultural e tradição.

A identidade cultural é o conjunto de elementos característicos de um grupo, capaz de distingui-lo dos demais. Por isso, percebe-se que “[...] a identidade se relaciona ao conjunto de compreensões que as pessoas mantêm sobre quem elas são e sobre o que é significativo para elas” (GIDDENS, 2005, p.43), evidenciando o sentimento de pertencimento.

Parte das percepções que constroem a identidade cultural são fundamentadas nas tradições, pois elas são um conjunto de valores, transmitidos de geração em geração, dentro dos quais as sociedades e grupos se estabelecem (BORNHEIM, 1997; HOBBSAWM, 2012). As tradições passam segurança aos indivíduos do grupo ao qual pertencem, pois elas acabam, indiretamente, prometendo que tudo continuará exatamente como sempre foi, e dessa forma ela organiza e se torna o princípio norteador dos grupos (BORNHEIM, 1997; HOBBSAWM, 2012).

Baseando-se nisso é possível compreender a importância dos eventos estudados para a população são-roquense. Atualmente, a cidade já não produz tanto vinho como em décadas passadas e também não tem a vitivinicultura como principal atividade econômica, mas, mesmo assim, os munícipes dão importância à Expo São Roque, pois ela simboliza uma de suas tradições. Portanto, entende-se que a Expo São Roque representa uma ligação da cidade com a realidade de seus antepassados e transmite a ideia de que a cultura vinícola trará para São Roque o mesmo prestígio que trouxe no passado, e cabe à população atual garantir que as práticas realizadas por eles não sejam esquecidas.

Porém, nem todas as tradições são passadas de geração em geração desde o início dos tempos, algumas foram inventadas e aceitas pelas sociedades de tal forma

que se instituíram, principalmente através da repetição, como efetivas tradições¹¹. Essa repetição que gera a continuidade das tradições se aplica às festas típicas, como a Expo São Roque e a Festa do Vinho, pois esses eventos são reinventados a cada reprodução e tentam garantir o retorno de outras tradições e costumes (SAVOLDI, 2001; HOBBSAWM, 2012). É por causa dessa repetição contínua que Linnekin (1997 *apud* GRÜNEWALD, 2001) defende que todas as tradições são inventadas, pois a cada reprodução ela é reconstruída e reinventada. Por esse motivo as tradições nunca são totalmente naturais ou totalmente relacionadas com o passado e isso deve levado em consideração nas análises dos eventos estudados.

A Festa do Vinho e a Expo São Roque são eventos que compõem o patrimônio cultural são-roquense. Os bens que integram o patrimônio são a base o Turismo Cultural, por isso, “quanto maior a diversidade do patrimônio cultural, maiores serão as possibilidades de se criar produtos diferenciados, com mais opções e atividades” (BRASIL, 2010, p. 53), ao mesmo tempo em que, quanto melhor for a salvaguarda desses patrimônios, maiores serão os benefícios decorrentes de sua exploração turística.

Isso porque, o Turismo Cultural é o movimento de pessoas atraídas pela cultura de fora do seu local habitual com objetivo de informação, experiência e satisfação das necessidades culturais (RITCHIE; ZIN, 1978 *apud* PÉREZ, 2009; DEWAR, 2000 *apud* PÉREZ, 2009). Diante disso, o investigador de Turismo Cultural, Greg Richards (2000 *apud* PÉREZ, 2009), defende que essa vertente não seja vista como um segmento, mas sim como uma maneira de se praticar turismo, para ele o Turismo Cultural é “[...] o modo como os turistas – aquelas pessoas que variam fora dos seus locais de residência – consomem a cultura” (PÉREZ, 2009, p. 119).

¹¹ Por isso, o termo “tradição inventada” é muito abrangente e contempla desde tradições realmente inventadas, construídas e aceitas pelos locais, como tradições que têm sua origem de difícil localização e tempo incalculável. Por isso Hobsbawm (2012) entende o termo como “[...] o conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado” (HOBBSAWM, 2012, p.8).

Enquanto isso, o Ministério do Turismo do Brasil relaciona esse segmento às experiências que ele promove, ao mesmo tempo em que evidencia seus possíveis benefícios, definindo o Turismo Cultural como sendo “as atividades turísticas relacionadas à vivência¹² do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultura e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL, 2006, p.13).

Diante de tantas definições, neste trabalho será adotada a concepção de Craik (1997 *apud* PÉREZ, 2009), que estabelece o Turismo Cultural como o ato de visitar outras culturas para vivenciar e aprender sobre o povo, o seu modo de vida, seu patrimônio cultural, suas artes e, principalmente, conhecer como a comunidade receptora vive ou viveu.

Por isso, uma das principais motivações para o Turismo Cultural é a busca pela experiência, porém não basta ser uma prática qualquer, ela tem que possuir uma autenticidade¹³ inerente para que seja válida (STEBBIS, 1996 *apud* PÉREZ, 2009). Diante disso, Richards (2000 *apud* PÉREZ, 2009) aponta que as pessoas que viajam procurando essas vivências, encontram nos produtos do Turismo Cultural a associação de valores educativos e estéticos que junto com a experiência proporcionam entretenimento e diversão.

Além da busca pela experiência autêntica, a prática do Turismo Cultural também é motivada pelo desejo de fuga da rotina, pela vontade de viajar para fazer turismo,

¹² “Vivenciar implica, essencialmente, em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se ao *conhecimento*, aqui entendido como a busca em aprender e entender o objeto da visita; a segunda corresponde a *experiências participativas contemplativas e de entretenimento*, que ocorrem em função do objeto de visita” (BRASIL, 2006, p.14).

¹³ Autenticidade é discutida por muitos autores, mas pode ser entendida como o quão genuína, original ou verdadeira é determinada prática cultural (REISINGER; STEINER, 2005 *apud* PÉREZ, 2009; URRY, 1990 *apud* PÉREZ, 2009; GETZ, 2002 *apud* DIAS, 2009). Mesmo com essa compreensão acerca da autenticidade, Reisinger e Steiner (2005 *apud* PÉREZ, 2009) defendem que para uma prática, valor ou símbolo ser considerado autêntico ele não tem que ser original, basta que possua significados e faça sentido à cultura que o construiu ou adotou.

Por esse motivo, algumas práticas que não são autênticas, isto é, não são genuínas e originais daquela sociedade, mas são aceitas por seus indivíduos como se fossem, são chamadas de possuidoras de autenticidade encenada (GETZ, 2002 *apud* DIAS, 2009). Assim como àquelas práticas que antes não eram consideradas autênticas, mas com o passar do tempo, com as repetições e reinvenções tornaram-se, é atribuído o conceito de autenticidade emergente (COHEN, 1988 *apud* DIAS, 2009).

aprender coisas novas e adquirir conhecimentos culturais (RICHARDS, 2000 *apud* PÉREZ, 2009). Por outro lado, observa-se que nem todos os turistas que vão aos destinos de interesse culturais são motivados por eles (RICHARDS, 2000 *apud* PÉREZ, 2009) podendo existir outras motivações primárias.

O turista cultural pode ter sua motivação satisfeita através de um dos atrativos deste segmento, são eles: sítios históricos (centros históricos e quilombos), sítios arqueológicos, edificações especiais (arquitetura e ruínas), obras de arte (pinturas, esculturas e monumentos), espaços e instituições culturais (museus e casas de cultura), lugares históricos, realizações artísticas (exposições e ateliês); artesanato e produtos típicos, música, dança, teatro, cinema, feiras e mercados tradicionais, festas, festivais e celebrações locais, gastronomia típica¹⁴ (pratos da culinária local), saberes e fazeres (causos, trabalhos manuais e etc.), eventos programados (feiras e outras realizações artísticas, culturais e gastronômicas), tradições e práticas imateriais, além de outros atrativos que se enquadrem na temática cultural e nas características do segmento (IGNARRA, 2003; BENI, 2008; PÉREZ, 2009).

Considerando a capacidade do Turismo Cultural de incorporação princípios e valores, o Conselho Internacional de Museus (ICOM), a fim de facilitar as ações de planejamento e gestão deste segmento, pontuou seus principais objetivos:

- Transmitir a importância do patrimônio cultural ao turista;
- Respeitar as culturas anfitriãs;
- Facilitar e promover o diálogo entre os conservadores do patrimônio e a indústria do turismo visando o desenvolvimento sustentável;
- Apoiar a conservação e gestão dos patrimônios;
- Formular padrões de intervenção aos patrimônios;
- Ser um veículo de intercâmbio cultural;
- Gerar a gestão sustentável dos patrimônios e o aproveitamento turístico;
- Gerar a conservação, mas garantir a experiência turística;
- Beneficiar a comunidade local distribuindo os benefícios do turismo; e

¹⁴ A gastronomia típica é entendida, por Beni (2008), como as “comidas e bebidas típicas e/ou tradicionais da região que se caracterizem pelas suas formas peculiares e/ou exóticas de produção, apresentação e/ou degustação” (BENI, 2008, p. 338).

- Proteger os valores do patrimônio cultural e natural (ICOM *apud* PÉREZ, 2009).

Por causa da complexidade das motivações, atrativos e objetivos estratégicos que cercam o Turismo Cultural, ele se divide em alguns subtipos que se configuram como segmentos bem específicos¹⁵ (ANDRADE, 2008). Dentre eles, são aplicáveis aos objetos de estudo dessa pesquisa: o Turismo Étnico, o Turismo Gastronômico e o Enoturismo, além do Turismo de Eventos que, apesar de não ser considerado um subtipo do Turismo Cultural, pode ser incluído neste âmbito, desde que sejam preservados os princípios de tipicidade e identidade (BRASIL, 2006; ANDRADE, 2008).

1.3 IMPACTOS CULTURAIS

Inerente à atividade turística, estão os impactos acarretados por ela na sociedade e no ambiente, além dos impactos que a experiência turística causa em seus agentes. Os segmentos que se pautam nos princípios do turismo sustentável, buscam respeitar os fundamentos das diversas formas de sustentabilidade: ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional (PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012). Por se tratar do Turismo Cultural é impreterível que os aspectos ligados à sustentabilidade sociocultural ¹⁶ sejam minuciosamente planejados, ordenados, estruturados e promovidos, a fim de assegurar a maximização dos possíveis impactos positivos e minimizar os negativos (PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012).

Sabe-se que o Turismo Cultural usa o patrimônio cultural para fins comerciais, apesar de isso soar como pejorativo, o uso da cultura como recurso econômico é capaz de estimular uma série de práticas positivas para a localidade¹⁷ (PÉREZ, 2009). Uma delas é o fato de que motivados pelos interesses econômicos, os habitantes passam a

¹⁵ Turismo Cívico; Turismo Religioso; Turismo Místico e Esotérico; Turismo Étnico; Turismo Cinematográfico; Turismo Arqueológico; Turismo Gastronômico; Enoturismo e Turismo Ferroviário (BRASIL, 2010).

¹⁶ A sustentabilidade sociocultural é entendida como um processo que objetiva melhorar a qualidade de vida e reduzir a exclusão social, para alcançar isso, busca realizar uma distribuição justa da renda e dos bens (BRASIL, 2007; KUNZ, 2012).

¹⁷ Segundo Barreto e Banducci (2001, p.14) algumas sociedades preferem ver a “transformação do patrimônio em um bem de consumo a ver seu processo de destruição”.

ter orgulho dos seus patrimônios e a preservá-los, valoriza-los e promove-los. Isso se justifica, pois, segundo Barreto (2000 *apud* BARRETO; BANDUCCI, 2001), a população toma consciência de que:

[...] seu patrimônio é valorizado pelos turistas, e de que os turistas são a garantia de sobrevivência econômica no futuro, [*por isso*] cuidam do patrimônio, do meio ambiente, de melhorar a educação, criticam a produção industrializada de peças [...] que são comercializadas como típico artesanato e, de alguma forma, recuperam sua identidade (BARRETO; BANDUCCI, 2001, p. 14-15).

Além dos benefícios econômicos, como geração de emprego, renda, oportunidade de negócios, acúmulo de capital e dinamização da economia, o desenvolvimento do Turismo Cultural pode trazer outros resultados positivos como: 1) contribuir para a recomposição de identidades culturais afetadas por processos culturais homogeneizadores; 2) conservar e preservar bens culturais; 3) resgatar¹⁸ e dinamizar as culturas envolvidas na atividade; 4) proporcionar rentabilidade social e política, e com isso, auxiliar na distribuição da riqueza; 5) estimular a valorização da identidade local; 6) criar condições para o desenvolvimento de eventos culturais; 7) promover o intercâmbio cultural e estreitar laços sociais; e 8) melhorar a qualidade de vida e a autoestima de seus agentes (BENI, 2008; PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012)¹⁹.

Os benefícios ocasionados pelo Turismo Cultural são tão notórios que o desenvolvimento do segmento foi apontado por alguns economistas como a alternativa para o desenvolvimento do Mercosul (BALLABIO, s.d). Observa-se que os estudiosos do turismo garantem que a atividade é um viés que estimula o “desenvolvimento cultural de uma sociedade, ressaltando a revitalização de patrimônios culturais, material e imaterial” (BALLABIO, s.d., p. 4). Porém, muitos antropólogos posicionam-se

¹⁸ Resgatar a cultura é algo difícil, uma vez que ela não é estática, por isso Flores (1997 *apud* SAVOLDI, 2001) sugere o termo “restauração cultural” ao invés de “resgate cultural”, porque a restauração contempla a dimensão do tempo. O tradicional termo “resgate cultural” remete à ideia de trazer de volta a cultura como ela era, tratando-a como se fosse estática. Ao chamar o processo de “restauração cultural” se permite que possam ser enfatizados alguns detalhes em detrimento de outros, além de ressignificar valores que se modificaram ao longo do tempo, mas que ainda assim representam a cultura da sociedade e condizem com sua identidade (FLORES, 1997 *apud* SAVOLDI, 2001).

¹⁹ Para que tais benefícios e ações sejam alcançados é importante que seja realizado um planejamento integrado, onde a comunidade se mobilize e participe ativamente das discussões e ações. Através de um bom planejamento, de um frequente monitoramento e uma eficaz avaliação, é possível que a gestão do turismo ocorra em harmonia com a preservação e conservação das tradições e valores culturais, contribuindo com o desenvolvimento da região.

opostamente, eles têm se preocupado com os impactos negativos do Turismo Cultural, pois acreditam que esse segmento pode descaracterizar as culturas tanto receptoras quanto visitantes (IGNARRA, 2003).

As mudanças socioculturais foram apontadas por diversos autores, Grunewald (2001), Savoldi (2001), Barreto e Banducci (2001), Banducci (2001), Ignarra (2003), Beni (2008), Pérez (2009), Kunz (2012) e Ballabio (s.d), como sendo a maior preocupação dos estudos na área do turismo. Entretanto, todo contato entre as culturas gerará mudanças, afinal elas fazem parte da dinâmica cultural das sociedades, por isso, deve-se diferenciar as mudanças ocorridas pelo turismo e as geradas pela própria dinâmica interna e analisá-las antes que todas sejam vistas como impactos negativos da atividade turística (CRICK, 1989 *apud* PÉREZ, 2009; BARRETO, 2008; BANDUCCI, 2011).

As principais mudanças socioculturais decorrentes da exploração turística de bens culturais são: 1) congelamento de culturas; 2) encenação; 3) mercantilização; 4) autenticidade encenada; 5) exotização; 6) aculturação; e 7) descaracterização (BANDUCCI, 2001; GRÜNEWALD, 2001; IGNARRA 2003; PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012).

O congelamento das culturas acontece quando a sociedade receptiva se comporta da mesma forma como era no passado. Neste congelamento, os elementos culturais são manipulados a fim de criarem uma imagem estática patrimonial monumentalizada, por isso alguns empreendimentos receptivos acabam sendo transformados em simulacros²⁰, convertendo toda a atividade turística baseada nesse patrimônio em uma realidade distorcida (PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012).

Em decorrência desse congelamento cultural, ou da instalação de simulacros, outra mudança acontece: a encenação cultural, onde a atividade turística age como dominante da cultura e do patrimônio a tal ponto que exige que o povo se mostre conforme a ideia que se criou dele, ou seja, que a sociedade se enquadre no que foi apresentado ao turista como sendo seus os traços. Por isso, às vezes, a cultura e o

²⁰ Simulacros são experiências e objetos sem referência, modelos de um real sem origem nem realidade. Baudrillard diz que os simulacros estão constituindo o mundo contemporâneo, de tal forma que qualquer distinção entre “real” e “irreal” se torna praticamente impossível (SIQUEIRA, 2007).

patrimônio cultural são convertidos em um “espetáculo de consumo para o turismo, especialmente o turismo cultural” (PRATS, 1997 *apud* PÉREZ, 2009, p. 162).

Essa encenação cultural só acontece por causa dos benefícios econômicos adquiridos através da mercantilização. A mercantilização consiste na transformação de práticas culturais em mercadoria, nas quais se tornam representações institucionalizadas, de modo que sirvam para atrair turistas visando o lucro. Por causa dessa mudança cultural, os modos de vida, as tradições e identidades de um povo são resumidos à produtos que serão vendidos aos consumidores (turistas) (IGNARRA, 2003; PÉREZ, 2009).

A mercantilização e a encenação cultural prejudicam a autenticidade do patrimônio cultural ao qual se referem, produzindo, muitas vezes, o que MacCannel (1992 *apud* PÉREZ, 2009) chama de autenticidade encenada. Essa mudança sociocultural se baseia na criação de produtos turísticos que ressaltem as diferenças do destino diante dos concorrentes, sendo apontada como um processo onde os turistas observam um simulacro, mas acreditam que seja autêntico (MACCANNEL, 1992 *apud* PÉREZ, 2009).

Muitas vezes, junto à autenticidade encenada apresenta-se outra mudança sociocultural, a exotização da experiência turística. Ela é uma experiência superficial onde se constrói e privatiza o que é considerado exótico na cultura receptora, segundo Pérez (2009, p. 93) exotizar é “[...] tornar o outro ainda mais diferente, mais estereotipado e mais desigual em relação a nós”.

Apesar de todas as possíveis mudanças socioculturais provocadas pela prática do Turismo Cultural, a maior crítica recai sobre os problemas da descaracterização e da aculturação (IGNARRA 2003; PÉREZ, 2009; KUNZ, 2012). Aculturação é “[...] um mecanismo de mudança que consiste no contacto entre duas ou mais culturas” (PÉREZ, 2009, p. 10), geralmente esse contato resulta na perda de elementos de uma das culturas envolvidas²¹. A descaracterização por sua vez compreende a mudança ou

²¹ Porém nem sempre o contato entre turista e morador local é gerador de aculturação, podendo levar ao surgimento de novos elementos culturais decorrentes de uma supervalorização da cultura receptora por parte dos turistas (GRÜNEWALD, 2001).

desconfiguração de significados, sentidos e características atribuídas a determinados patrimônios ou práticas (BANDUCCI, 2001; PÉREZ, 2009).

Percebe-se que a maioria das mudanças socioculturais geradas pelo Turismo Cultural se tratam de um descontrole ou mau planejamento de agentes que poderiam proporcionar os impactos positivos. Essas mudanças socioculturais podem ser percebidas ao analisar a relação dos moradores locais com suas tradições ou através da existência de um objeto ou comida típica (PÉREZ, 2009). Pérez (2009) cita como exemplos as festas típicas, onde algumas são mantidas enquanto outras são descaracterizadas para se tornarem produtos exóticos, típicos e artificiais a fim de atender ao mercado turístico, e a transformação do artesanato local em *souvenir*, que passa a se apresentar como um material de comercialização da cultura (PÉREZ, 2009).

O conhecimento das mudanças socioculturais que o Turismo Cultural pode gerar permite concluir que a excessiva comercialização do patrimônio cultural sem planejamento pode levar a duas consequências extremas: limitação excessiva do atrativo ou completa massificação (PÉREZ, 2009). Por isso, Richards (2004 *apud* PÉREZ, 2009) e Ignarra (2003) alertam que alguns elementos culturais, como festas e festivais, tendem a serem convertidos à apenas atrativos turísticos, porém esse processo, denominado de “festivalização da cultura”, pode massificar e pôr em risco a conservação do patrimônio cultural.

A fim de evitar que estas consequências extremas aconteçam, os destinos devem desenvolver estratégias de promoção do Turismo Cultural baseando-se em uma política cultural sustentável e estável e não só de eventos, pois, segundo Pérez (2009), isso pode proporcionar o controle para evitar a massificação, combater a sazonalidade e a superficialidade da atividade. Um dos motivos para estudar as transformações que ocorreram da Festa do Vinho até a Expo São Roque é a possibilidade de perceber os impactos positivos e negativos causados pela exploração turística desses eventos e com isso possibilitar a criação e desenvolvimento de políticas e ações que visem à conservação, preservação e valorização desses elementos culturais.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E HISTÓRICA DO MUNICÍPIO DE SÃO ROQUE

Para compreender a relação da cidade de São Roque com o vinho é necessário caracterizá-la histórica e geograficamente, bem como algumas transformações socioculturais ocorridas ao longo dos anos devem ser entendidas para que não se confundam com impactos decorrentes da atividade turística.

2.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

A cidade de São Roque está a 60 km da capital do Estado de São Paulo, o que facilita o fluxo turístico oriundo da capital, principalmente através das Rodovias Raposo Tavares e Castelo Branco (SÃO ROQUE, 2013). Com a área de aproximadamente 306 km², o município faz limite com Mairinque, Itu, Araçariguama, Itapevi, Vargem Grande Paulista e Ibiúna (IBGE, 2014).

Segundo o último censo do IBGE, a população da cidade é de 78.821 habitantes, com densidade demográfica de 257,30 hab./km² (IBGE, 2010). A população é majoritariamente urbana, são 71.488 habitantes residentes na zona urbana e 7.333 habitantes residentes na zona rural (IBGE, 2010), cuja maioria é feminina, 38.762 homens e 40.059 mulheres (IBGE, 2010). A concentração dos habitantes na zona urbana é um fator importante para esse estudo, uma vez que tanto a Festa do Vinho como a Expofloral aconteciam no centro da cidade, assim como a Expo São Roque também se manteve.

Atualmente a economia da cidade de São Roque se baseia no turismo, na indústria, no comércio e na agropecuária (IBGE 2010), em decorrência disso o PIB *per capita* no município é de R\$ 15.380,74 (quinze mil trezentos e oitenta reais e setenta e quatro centavos) e seu IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) é considerado elevado, na casa do 0,82 (IBGE, 2010). O PIB do município é baseado em 1,03% a agropecuária, 31,83% da indústria e 67,13% dos serviços, evidência de que as principais atividades econômicas do município se dão no setor de serviços. Por isso, o maior valor

adicionado bruto da cidade advém do setor de serviços, seguido pela indústria e depois pela agropecuária (IBGE, 2010).

Os aspectos físicos do município foram destaque para sua eleição ao título de Estância Turística em 1990: a cidade apresenta relevo acidentado e altitude média de 850 metros, na área de serra a altitude chega a 771 metros (ROMERO, 2004). O clima é considerado um dos mais salubres do Estado (LIMA; VILLANI, 1957), ele é um clima temperado, brando e sem estiagem, atualmente, com máximas de 33°C e mínimas de 07°C (IBGE, 2010). É comum ouvir que o clima de São Roque é propício para o cultivo de uvas, porém Romero (2004) alerta que ele não é tão bom quanto aparenta ser, pois o setor vitivinícola teve que aprender a lidar com o clima são-roquense, uma vez que o regime de chuvas é irregular e isso interfere no grau de acidez dos vinhos (ROMERO, 2004). O setor vitivinícola conseguiu se adaptar devido à elevada altitude média que proporcionava um clima menos quente e um sistema de elevações que serviam de proteção natural contraventos (ROMERO, 2004). A hidrografia da cidade é composta por três rios principais: Aracaí, Carambeí e Guaçu (SÃO ROQUE, 2013) que aliados a vegetação proporcionam um clima característico.

A vegetação nativa original era predominante de Mata Atlântica. No período colonial a devastação foi imensa, e hoje praticamente já não existem áreas de matas nativas primárias. As regiões de matas secundárias apresentam suas madeiras mais nobres já extraídas, restando a predominância da mata de capoeira (SÃO ROQUE, 2013). A região central de São Roque perdeu parte de suas áreas verdes para a urbanização. Pequenas áreas, como a Mata da Câmara, guardam uma amostra da antiga floresta tropical de planalto que era predominante. Ainda assim, a cidade faz parte do Cinturão Verde da Cidade de São Paulo (SÃO ROQUE, 2013).

2.2 O HISTÓRICO DE SÃO ROQUE E SUA RELAÇÃO COM O VINHO

A história da cidade de São Roque está atrelada à produção do vinho desde sua fundação²². A cidade foi fundada ao redor dos ribeirões Carambeí e Aracaí²³ pelo capitão paulista Pedro Vaz de Barros²⁴ (SANTOS, 1939; SANTIAGO; 2008).

Pedro Vaz pertenceu a uma família tradicional de bandeirantes e descendentes de Portugueses, enquanto negociava para fixar-se em terras que comporiam uma sesmária, estabeleceu-se na região que hoje é São Roque. Ele transitava assiduamente por esta região, pois era muito amigo do Capitão de Parnaíba e para visitá-lo passava sempre entre os ribeirões, dizem que em uma de suas excursões encantou-se com a beleza do vale do Carambeí e então decidiu tomar para si as terras que iam do Ribeirão Aracaí até Ribeirão Carambeí, e nelas fixou residência junto com sua família (SANTOS, 1939; SANTIAGO; 2008).

Nos registros históricos, bem como nas comemorações anuais, consta a data de 16 de agosto de 1657 como sendo a fundação da cidade. Porém, Santos (1972) discute sobre a determinação desta data, pois nunca se encontrou um documento oficial de Pedro Vaz que contenha o dia de sua chegada²⁵. Após o falecimento do fundador buscou-se a carta de concessão da sesmária, mas não a encontraram e nem mesmo no testamento e inventário constava a data em que se estabeleceu na região. Santos (1972) justifica que o povoamento da área começou através de uma grande fazenda e, por isso, é natural que não haja registro da data de fundação. A suposição é que a data

²² Santos (1972) dividiu a história do vinho são-roquense em 3 fases: a primeira, chamada de fase histórica é sobre o cultivo desde a fundação da cidade; a segunda, chamada de fase dos pioneiros, começou em 1880 e dura até 1934; a terceira, e última fase, a racional e científica iniciou-se em 1934.

²³ Carambeí significa "rio das aves que voam gritando" e Aracaí é "rio dos Araças" (SANTOS, 1939).

²⁴ Pedro Vaz de Barros também é conhecido como Vaz-Guaçu que significa 'O Grande' (SANTOS, 1939).

²⁵ Até meados da década de 1950 a imprecisão sobre o ano de fundação da cidade ainda incomodava a população, isso porque todos os registros anteriores determinavam a fundação "na segunda metade do século XVII" (SANTOS, 1957, p.2). A dúvida perdurava entre os anos de 1655 e 1657, inclusive cogitou-se em comemorar o 3º Centenário da Cidade em 1955, mesmo que simbolicamente. Porém, no ano de 1955, os vereadores procuraram o historiador Paulo Silveira Santos e justificaram os motivos pelos quais as comemorações do 3º Centenário não poderiam acontecer naquele ano, após longa conversa criou-se um anteprojeto de lei que dizia: "[...] que a Prefeitura se acha no momento sem tempo hábil e sem meios para uma comemoração condigna, à altura, DECRETA: fica adotada a data de 16 de agosto de 1657, como tendo sido a da fundação, a fim de que seja oficialmente comemorado em 1957 o III Centenário da Fundação de São Roque" (SANTOS, 1957, p. 2).

de 16 de agosto foi determinada por Pedro Vaz por se tratar do dia do santo São Roque²⁶, de quem era devoto, ou por ser a data que de fato se instalou ou ainda data em que tomou pose da sesmaria.

Pedro Vaz fixou-se com sua família na área e a nomeou como São Roque do Carambeí. Ali, segundo testemunho do sobrinho-neto de Pedro Vaz, o linhagista Pedro Taques (SÃO ROQUE, 1992), foram encontrados e escravizados 1.200 índios que cuidavam de diversas lavouras de subsistência, sobretudo as de trigo e uva (SANTOS, 1939; LIMA, 1985; SÃO ROQUE, 1995; SANTIAGO; 2008; DIAS; GOÉS, 2011). Com isso, Pedro Vaz tornou-se o primeiro vitivinicultor da cidade, e empregando as técnicas disponíveis da época cultivou extensos vinhedos e produziu o primeiro vinho de São Roque²⁷ (SANTOS, 1939; LIMA, 1985; SILVEIRA, 1989; ROMERO, 2004; SANTIAGO; 2008; DIAS; GOÉS, 2011). Havia abundância de pães e vinhos na mesa da família fundadora, tudo oriundo da própria lavoura (SANTOS, 1939).

Durante sua vida, Pedro Vaz tornou-se uma importante e influente figura na política da região, participando ativamente no episódio da expulsão dos jesuítas e do manifesto piratinganos de julho de 1640²⁸ (SANTOS, 1972). O fundador da cidade faleceu em 1679 e deixou um rico inventário, além de um testamento que determinava que devessem acontecer, anualmente, no mínimo 5 missas na Capela de São Roque, sendo uma delas no dia 16 de agosto, em homenagem ao padroeiro. O documento também obrigava que seus descendentes mantivessem a capela limpa e conservada (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972, LIMA, 1985). As diretrizes apontadas no testamento do fundador foram seguidas à risca por muitos anos, e inclusive a obrigatoriedade das missas deu origem à maior festa religiosa da cidade, as Festas de Agosto (SANTOS, 1957; DIAS; GOÉS, 2011). Hoje, a pequena capela é a Igreja da Matriz, a missa em

²⁶ São Roque é conhecido como santo dos enfermos e protetor dos animais (BRUSTOLONI, 1992).

²⁷ Outros moradores locais também começaram a se dedicar a vitivinicultura, além de Pedro Vaz: Fernão Paes de Barros e Padre Guilherme Pompeu de Almeida. Todas essas lavouras eram de variedades europeias, mas elas foram abandonadas diante da corrida do ouro na região. Com a extinção das variedades europeias as culturas de uva Isabel passaram a dominar os campos da região devido a sua rusticidade e a sua resistência as condições de clima e solo (SÃO ROQUE, 1995; SANTIAGO; 2008).

²⁸ Para aprofundamento sobre o tema consultar a obra: TORRES, F. R. **A Fazenda Geral dos Jesuítas e o monopólio da passagem do Cubatão 1553 – 1748**. 2008. 108 f. Dissertação de Mestrado em História Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

homenagem ao padroeiro continua acontecendo, porém foi multiplicada para uma missa por dia durante uma quinzena e ao longo desta festa acontecem diversas comemorações, entre elas o dia do padroeiro e o aniversário da cidade no dia 16 de agosto.

Até a primeira metade do século XVIII a região possuía extensos vinhedos e trigais, inclusive o Sítio Santo Antônio, hoje patrimônio tombado do município, era um grande produtor e exportava trigo para Portugal. Alguns autores apontam que as culturas de vinho e de trigo desapareceram a partir de 1720 devido a uma imposição de Portugal, mas esse alvará data de 5 de janeiro de 1785²⁹. Antes da publicação dessa normativa, em 1768, o cultivo do trigo e da uva e a produção de vinho diminuíram consideravelmente, resultado do crescente interesse pela produção de cana de açúcar para exportação. Neste mesmo ano, São Roque se tornou freguesia³⁰ e registrava na oportunidade uma população de 1.500 habitantes (SANTOS, 1957; DIAS; GOÉS, 2011).

A vitivinicultura são-roquense, partir de 1768, foi diminuindo cada vez mais até desaparecer completamente, tanto que as estatísticas regionais, a partir do mencionado alvará, passaram a referir-se à produção de arroz, feijão, milho e outros cereais, bem como algodão, cana de açúcar e derivados, sem sequer citar o cultivo de uvas ou produção de vinhos na região (SANTOS, 1972; SÃO ROQUE, 1995).

Anos depois, em 1818, dois cientistas renomados passaram por São Roque durante seu trajeto para Sorocaba e deixaram registrado um relato descritivo sobre a região na época. Os cientistas Spix e Martius eram naturalistas e vinham de Cotia (SP) quando se perderam na mata, logo encontraram o Vigário Francisco José Gomes que os levou até o centro da freguesia de São Roque (SANTOS, 1972), que foi registrada nas anotações de viagem da seguinte forma: “Em São Roque, aldeiazinha sem importância, o cabo das ordenanças no alojou num pequeno rancho velho, onde pernitoamos, e nos deu boa comida” (SANTOS, 1972, p. 2). Segundo Santos (1972) essa descrição dá ideia do que eram as povoações paulistas na época: “[...] no primeiro quartel do século passado, perdidas entre serras, sertões descampados ligadas por

²⁹ Esse alvará foi expedido pela rainha Maria I e dispunha sobre as manufaturas brasileiras e tinha o objetivo de diminuir a concorrência com os produtos da metrópole, neste caso, os vinhos portugueses poderiam perder espaço no mercado brasileiro (SANTOS, 1972; SÃO ROQUE, 1995; ROMERO, 2004).

³⁰ São Roque se tornou freguesia em 15 de agosto de 1768 (SANTOS, 1939; DIAS; GOÉS, 2011).

péssimos caminhos estreitos, pelos quais frequentemente erravam cobras, onças, ou escravos assaltantes” (SANTOS, 1972, p. 2).

Um dos motivos para a freguesia de São Roque ser descrita como “aldeiazinha sem importância” é porque sua economia não possuía qualquer produção que fosse significativa para a economia da região. Em 1822 a freguesia ainda era pequena, com população de 2.000 habitantes (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1965), e distante de outros centros urbano, por isso sua economia não se destacava regionalmente. Santos (1972) e Romero (2004) afirmam que esse isolamento do pequeno povoado fez fortalecer as tradições locais, como as comemorações religiosas, a vinicultura e as homenagens ao padroeiro.

Santos (1972) define o período que se inicia na fundação de São Roque até o ano de 1830 como a fase histórica do desenvolvimento da cidade. A fase que se inicia em 1830 e dura até 1873 é chamada de “ciclo das tropas arreadas”. Este ciclo inicia-se em 1830 e seu primeiro marco foi o tropeirismo³¹ que contribuiu para a melhora da situação financeira local (SANTOS, 1972). Dez anos após a independência do Brasil, o movimento de cargas na região se intensificou e, em 10 de julho de 1832, São Roque passou de freguesia à vila (SANTOS, 1957; SANTIAGO, 2008).

As estatísticas econômicas da vila, em 1836, ainda não apontavam o retorno do cultivo de trigo e uva: predominavam o milho, o algodão, o arroz, o feijão e a mandioca, além da criação de porcos (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972). Nesta fase o Brasil estava entrando no ciclo do café, mas sua cultura não se adaptava ao clima frio da região (SANTOS, 1972; ROMERO, 2004). Alguns anos depois, conseguiram cultivar café nas propriedades são-roquenses e passaram a destinar todos os investimentos possíveis para o seu fortalecimento. Dias e Goés (2011) e Romero (2004) apontam que as cidades

³¹ O tropeirismo foi um movimento caracterizado como ciclo econômico que começou no final do século XVII, quando não existiam estradas, havia “apenas trilhas ou caminhos abertos pelos nativos” (FRASSON; GOMES, 2010, p. 2), e terminou nas primeiras décadas do século XX, quando os primeiros meios de transportes modernos, por exemplo a ferrovia, foram implantados. O movimento tropeirista não servia apenas para o transporte de mercadorias e riquezas, ele contribuiu com o processo de ocupação e integração territorial. Além disso, proporcionou diversos benefícios, como a criação de povoados, que depois se tornaram cidades, e auxiliou nos processos de crescimento econômico e populacional nas regiões onde ocorria. Esse movimento recebeu esse nome por causa das tropas que transportavam mercadorias para serem comercializadas nas feiras, isso estimulava o comércio e movimentava a economia local (FRASSON; GOMES, 2010).

que iriam prosperar na viticultura são justamente as que não tiveram sucesso na economia do café.

A chegada, em 1846, de Antônio Joaquim Rosa, o Barão de Piratininga, à chefia da política local foi marcante para o desenvolvimento da vila de São Roque. Ele ajudou a elevação à cidade e depois à comarca, financiou a criação da Santa Casa de Misericórdia e a inauguração da Estrada de Ferro Sorocabana e, em abril de 1846, recebeu Dom Pedro que estava a caminho de Sorocaba (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011).

A elevação de São Roque à cidade não mudaria muito a dinâmica local, uma vez que ela permaneceria vinculada à comarca de Sorocaba. Mas, mesmo assim, em 22 de abril de 1864 foi registrada a lei provincial, com ajuda das influências políticas do Barão de Piratininga, que declarava São Roque uma cidade. No ano seguinte o centro da cidade começou a apresentar pequenos sinais de desenvolvimento local, as residências passaram a serem numeradas, as ruas ganharam nomes próprios e chegaram os primeiros imigrantes portugueses (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011).

Entre os anos de 1869 e 1870 a lavoura de algodão foi impulsionada. Segundo Santos (1972), a Guerra da Secessão³² causou grande déficit mundial do produto e por isso as estatísticas de 1873 apontavam que 27 lavradores locais se dedicavam intensamente ao cultivo do algodão, enquanto na cidade outros 7 produtores tratavam mecanicamente do produto. Apesar do cultivo do algodão ter sido representativo para São Roque, no cenário regional ele não se destacou, pois era maior em Sorocaba.

A prosperidade para São Roque veio efetivamente a partir de 1873: o primeiro sinal foi a elevação da cidade à sede de comarca em 13 de abril de 1873, o que permitiu

³² A Guerra da Secessão foi um grande conflito que aconteceu nos Estados Unidos durante os anos de 1861 e 1865. Este conflito pode ser visto de duas formas: 1) sociológica – aponta a Guerra como um conflito social que foi travado “em torno de princípios inconciliáveis, isto é, a luta da liberdade contra a escravidão” (MARTIN, 2006, p. 219); 2) geopolítica – apresenta a Guerra como uma luta entre Estados soberanos, onde o Norte lutou com o Sul. Ao longo dos anos cada visão fundamentou interesses políticos distintos. Porém, em suma, entende-se que a Guerra da Secessão foi uma guerra civil americana causada pela divergência política entre os Estados do Sul e do Norte, onde o Norte defendia a abolição da escravidão e a conquista de direitos sociais, enquanto o Sul se opunha a isso (MARTIN, 2006). A Guerra da Secessão foi um conflito muito complexo e para maiores discussões recomenda-se a obra de MARTIN, A. Guerra da Secessão. In: MAGNOLI, D. (org.). **História das Guerras**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2006. Cap. 9, p. 219 – 252.

que São Roque se separasse de Sorocaba e se tornasse independente. Foi neste mesmo ano que o Barão de Piratininga financiou a construção da Santa Casa de Misericórdia e tornou-se o primeiro tesoureiro da instituição (SANTOS, 1939; SANTOS, 1957).

De agosto a dezembro de 1874, a cidade foi assolada pela epidemia da varíola e o povo são-roquense, que sempre foi muito devoto, insistiu para que o padre rezasse uma missa. Inicialmente o pároco se negou, mas foi vencido pela insistência da população, diante disso, compareceram à missa até famílias das zonas mais remotas da cidade. A grande concentração de pessoas só aumentou os casos da doença na cidade, afinal naquela época a maior parte da população não tinha conhecimento sobre higiene, saúde pública e epidemiologia, mas no início de 1875 a situação já estava controlada (SANTOS, 1972).

A Estrada de Ferro Sorocabana, onde o são-roquense Barão de Piratininga era o maior acionista, teve seu início em 1871 em Sorocaba e chegou a São Roque em 10 de julho de 1875. Entre São Roque e São Paulo havia duas estações, entre São Roque e Sorocaba havia uma estação. Romero (2004) aponta que com a instauração da Estrada de Ferro as condições demográficas e econômicas de São Roque começaram a se modificar, isso porque muitos engenheiros, técnicos, comerciantes, empreiteiros e etc. se mudaram para a cidade, dinamizando a rotina local. Além disso, a instalação da ferrovia estreitou as relações entre o interior e a capital do Estado, impulsionando o desenvolvimento. Juntamente com a Estrada de Ferro, os 6.910 habitantes de São Roque também se beneficiaram com a chegada da comunicação, com a inauguração do telégrafo (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989; ROMERO, 2004).

Acredita-se que os sinais de desenvolvimento promovidos pela chegada da Estrada de Ferro e dos meios de comunicação colaboraram para o retorno da vitivinicultura em São Roque. Este retorno aconteceu a partir de 1880, quando três pioneiros locais, José Casali, Eusébio Stevaux e Antonio Santos Sobrinho, decidiram dedicar-se novamente ao cultivo da uva e à produção do vinho. José Casali era um italiano proprietário de muitas terras, Eusébio Stevaux era engenheiro da Estrada de Ferro Sorocabana e político são-roquense e Antonio dos Santos Sobrinho, conhecido como Santinho, era de uma família tradicional e dono de algumas terras. Destes 3

pioneiros, apenas Casali dedicou-se a vitivinicultura para fins comerciais, mesmo usando de métodos antiquados para a época e não tendo apoio do poder público (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989; SÃO ROQUE, 1995; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011).

É comum encontrar em registros que narraram a história de São Roque a afirmação errônea de que a vitivinicultura foi ininterruptamente a principal atividade econômica do município desde sua fundação. Sobre isso Santos (1972) comenta:

Não se pode pois, afirmar, como fizeram alguns jornalistas mal formados, que a vitivinicultura vem sendo cultivada em São Roque desde sua fundação, até os dias atuais. As estatísticas agrícolas da região, referentes ao período de 1730 a 1875, nelas jamais encontrei o menor índice relativo a trigo, uvas ou vinhos (SANTOS, 1972, p. 13).

O movimento de ressurgimento da vitivinicultura se fortaleceu com a chegada dos imigrantes italianos e portugueses, a partir de 1884, que logo perceberam que o clima e o solo eram propícios para o cultivo da uva (SANTOS, 1939; LIMA, 1985; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011). As estatísticas oficiais de 1886 apontavam uma população de 5.448 habitantes e uma produção de 50.400 litros/ano (SANTOS, 1957; SANTOS, 1972; O CRUZEIRO DO SUL, 1977; DIAS; GOÉS, 2011), dessa forma percebe-se o retorno da significância da atividade para a economia local.

Tanto assim que, num volume do “Relatório ao Presidente da Província” editado em 1887 pela assembleia providencial, lê com referência à São Roque: ‘a viticultura, iniciada há pouco tempo, tem tido tal desenvolvimento que pode-se afirmar dever ela constituir, em futuro próximo, uma das principais fontes de riqueza deste município’ (SANTOS, 1972, p.38).

Outro fator que contribuiu para o fortalecimento do retorno das atividades vinícolas na cidade, além da atuação dos três pioneiros, foi a chegada do imigrante italiano Enrico Dell’Acqua em 1890. Nesse ano a população local era de 5.662 habitantes (SANTOS, 1957) e o imigrante instalou na cidade a “primeira e maior fábrica de tecidos” (SANTOS, 1972, p.3) da região, ofertando novas oportunidades de emprego. Concomitante à chegada de Enrico, continuou o fluxo migratório de italianos para São Roque. A maioria deles trabalhava na fábrica têxtil, mas possuíam pequenas

propriedades rurais onde produziam uvas e vinhos artesanais³³ (LIMA; VILLANI, 1957; SANTOS, 1972; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011). Até o final do século XIX existiam em São Roque doze produtores de vinho, sendo cinco deles imigrantes italianos (MATTOS, 1951 *apud* ROMERO, 2004)

O início do século XX apresentou dois sinais de avanço para a sociedade são-roquense, composta por cerca de 9 mil habitantes (SANTOS, 1957). Primeiro, o surgimento da imprensa escrita com o semanário “O Sanroquense”, fundado em 1902 e “O Democrata”, em 1 de maio de 1917. Segundo, a estabilização de muitas propriedades viticultoras, compostas 99% de videiras de uva Isabel (SANTOS, 1957). Esta estabilização das propriedades viticultoras torna-se evidente ao notar-se que entre os anos de 1904 e 1905 a produção vinícola anual era de 393.000 litros. (O DEMOCRATA, 1949; SÃO ROQUE, 1995; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008).

Após a chegada da Estrada de Ferro Sorocabana e da Fábrica Dell'Acqua, associada ao numeroso fluxo imigratório, houve grande aumento populacional no município e, conseqüentemente, aumento no número de pequenas propriedades. Em 1904 a população são-roquense era de 10 mil habitantes e a viticultura era majoritariamente desenvolvida em pequenas propriedades³⁴, onde era explorada pelos proprietários e suas famílias (SILVEIRA, 1989; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011).

A vitivinicultura são-roquense começou a tomar proporções industriais em 1910, mas teve seu grande avanço em 1914, pois com o começo da primeira grande guerra mundial os portos foram fechados e a vitivinicultura local encontrou espaço para o seu desenvolvimento no mercado interno brasileiro (O DEMOCRATA, 1952).

A Fábrica Dell'Acqua foi importante para o desenvolvimento da cidade de São Roque no final do século XIX e início do século XX, porém as mudanças ocorridas após a transferência administrativa do empreendimento contribuíram para um período de crise na empresa que refletiu na cidade com pouco mais de 14 mil habitantes (SANTOS, 1939; SANTOS, 1957). Enrico Dell'Acqua ficou na direção da fábrica até 1904 quando a transferiu para o grupo Brasital S/A, porém em novembro de 1919 o grupo mudou o

³³ Nesta época, 80% da população são-roquense trabalhava na fábrica têxtil de Enrico Dell' Acqua (SANTIAGO, 2008).

³⁴ A viticultura em grandes propriedades era mais comum em Jundiaí (SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011).

nome da fábrica para Brasital e enfrentou o início da decadência das atividades da fábrica, pois junto à isso foram desenvolvidos avanços na tecnologia industrial que permitiram a criação de substitutos do algodão como *nylon*, *terylene* e etc³⁵ (SANTOS, 1939; SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989).

A diminuição das atividades da Fábrica Brasital, a partir de 1919 coincidiu com um período onde, por causa do crescimento da viticultura, começavam a surgir publicações sobre o tema: eram revistas de fácil entendimento que levaram o vinho de São Roque ao auge. Essas revistas eram publicadas por enólogos e vinicultores locais e a principal intenção dessas publicações era apresentar as técnicas da vitivinicultura aos produtores mais leigos, não eram efetivamente revistas acadêmicas, mas funcionaram como meio de transmissão de conhecimento técnico-científico aos produtores. Além das revistas, um grande introdutor das práticas modernas na vitivinicultura foi o livro “Manual do Vinicultor: A Arte de Fabricar Vinho” de Luiz Pereira Barreto, publicado em meados de 1900, e que até essa época era considerada a publicação mais completa sobre o tema (ROMERO, 2004).

A introdução de técnicas mais modernas e o crescimento da produção local contribuíram para, segundo Dias e Goés (2011), a fase o auge da viticultura são-roquense, fase esta que se iniciou 1920 e terminou em 1960. Muitas vinícolas, algumas existentes até hoje, foram fundadas nesta época. Houve também grandes avanços tecnológicos na área, agrônomos passaram a dar assistência aos produtores e a prefeitura diminuiu os impostos para as culturas. A grande maioria das vinícolas que

³⁵ Com o passar do tempo as atividades da indústria foram diminuindo até que em 1970 a Brasital foi definitivamente fechada (SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989). Percebe-se que a partir desse momento, a cidade de São Roque já conseguia, mesmo que distante, vislumbrar o turismo. Isso porque o prefeito da época, Sr. Henrique Arnóbio, queria transformar as instalações do prédio da Brasital em um grande centro de recreação e turismo. Santos (1972) disse que o projeto pretendia “centralizar no extenso edifício mostras permanentes da pujante indústria local e da viticultura sanroquense. Além dessa exposição permanente, haverá salas de leitura, biblioteca, sala de conferencias, estudos e debates em torno da historiografia de nossa terra” (SANTOS, 1972, p.4).

A ideia do prefeito também envolvia a urbanização e a construção de playgrounds nos arredores da antiga fábrica a fim de agradar o visitante e oferecê-lo uma completa Casa de Cultura. Após o fechamento da fábrica, o local ficou alguns anos em desuso e depois o projeto de Arnóbio foi parcialmente executado. Em 1989 o local se transformou no Centro Cultural Brasital, onde, até hoje, está instalada a biblioteca municipal, a divisão de cultura e onde são oferecidos diversos cursos e oficinas no local, entretanto a urbanização e construção de playgrounds não foi realizada.

estavam sendo fundadas nessa época instalaram-se no Bairro Canguera e isto começou a ligar a imagem do bairro à produção vitivinícola.

Em 1920 a produção de alcachofra³⁶ começou a aparecer nos índices agrícolas do município (SANTOS, 1957) e a produção vinícola foi de 292.300 litros (SÃO ROQUE, 1995; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008). Até esse ano as propriedades viticultoras em São Roque eram predominantemente de vinhedos de Isabel, eram poucas as que cultivavam *aestivalis*³⁷ e *Bourquina*. Foi então que os viveiristas da família Marengo introduziram a híbrida *Seibel 2* e a *Niagra Branca*, vindas do Alabama/EUA, e com isso outras variedades começaram a destacar-se nas culturas da cidade (SOUZA, 1957; SÃO ROQUE, 1992; SANTIAGO, 2008). Em 1922, inaugurou-se a Rodovia Raposo Tavares que ligava São Roque à São Paulo (SÃO ROQUE, 1992) o que facilitou o escoamento da produção.

Anos após a chegada de Enrico Dell'Acqua, em 1923, chegou à São Roque o italiano e enólogo Antonio Maria Picena, portando uma carta de recomendação que pedia para que Dell'Acqua abrigasse o jovem italiano e lhe garantisse emprego. Picena veio a se tornar um dos cidadãos mais engajados no desenvolvimento local da vitivinicultura (LIMA; VILLANI, 1957). A população municipal neste ano era 16.725 habitantes³⁸ e a produção agrícola contava com 750 mil litros de vinho por ano, além de muitas toneladas de uvas exportadas (SANTOS, 1957).

[...] embora fosse apreciável na quantidade, a produção vinícola sanroquense, deixava a desejar quanto à qualidade, pois os vinicultores usavam métodos empíricos e grosseiros, conforme havia sido aprendido por tradição, de seus antepassados (SANTOS, 1972, p. 14).

Em uma tentativa de melhorar a qualidade vinícola da cidade incentivou-se a difusão de uvas *Seibel 2* e *Niagra Branca*, o que contribuiu para a melhoria dos produtos da viticultura são-roquense e o sucesso foi tanto que até concursos de cachos de uva

³⁶ “Além de saborosa, a alcachofra é uma poderosa aliada no metabolismo de gorduras e secreção biliar, protegendo os rins e regulando as funções digestivas. Rica em vitaminas A, B1, B2, B12 e C, é também indicada para gestantes, pois contém folsina, vitamina responsável pelo desenvolvimento das células nervosas do feto” (O DEMOCRATA, 2002).

³⁷ *Aestivalis*, *Bourquina*, *Isabel*, *Seibel 2*, *Niagra Branca* são variedades de videiras.

³⁸ Sendo 14.835 brasileiros, 938 italianos, 471 portugueses, 381 espanhóis e 100 de demais nacionalidades (SANTOS, 1957).

eram comuns (SÃO ROQUE, 1992). “Com a vinificação da *Seibel 2* consorciada à Isabel, o vinho local torna-se menos avulpinado, mais colorido, mais encorpado” (SOUZA, 1957, [s.p.]). O cultivo da uva *Niagra Branca* trouxe benefícios, mas não explorou esse mercado que parecia promissor, pois os produtores são-roquenses se dedicam aos vinhos de mesa³⁹ (SÃO ROQUE, 1992).

Acreditava-se que com o tempo São Roque deixaria de produzir os vinhos de mesa e se tornaria conhecida como uma região de vinhos mais sofisticados (SÃO ROQUE, 1992), mas ainda hoje percebe-se a predominância de vinhos de mesa na produção são-roquense. Tais previsões feitas na década de 1920 também acreditavam que a cidade se tornaria grande produtora de alcachofra, azeitona e maçãs. De fato, com o tempo, São Roque tornou-se referência no cultivo da alcachofra, mas as demais culturas nunca foram significativas na região (SÃO ROQUE, 1992).

Em 1924 a produção vinícola do município já apresentava o índice de um milhão de litros e contava com 20 produtores (SANTOS, 1972, SILVEIRA, 1989; O CRUZEIRO DO SUL, 1977; SÃO ROQUE, 1992) e em 1928 foram colhidos 404.000 kg de uva para a produção de vinho (O DEMOCRATA, 1949), o que evidenciava que a vitivinicultura continuava a se destacar economicamente (SANTOS, 1957).

Anos depois, o cenário político-econômico mundial sofreu fortes transformações que resultaram na desaceleração da economia global, ao mesmo tempo em que fez os produtos nacionais conquistarem espaço no mercado interno. Tais transformações começaram em 1929⁴⁰, quando o mundo foi abalado por uma grande crise econômica

³⁹ Toledo (1957) destaca que são considerados vinhos de mesa aqueles que contenham no máximo 3 gramas de açúcar por litro e para tanto são usadas uvas de sabor franco, ou seja, aquelas onde não se sobressai qualquer sabor especial. Além disso, a autora reconhece que conhecer o teor de açúcar de um vinho é essencial para determinação de seu teor alcoólico. Para Toledo (1957) as uvas usadas para elaboração de vinhos nacionais não possuem açúcar suficiente para proporcionar uma graduação alcoólica entre 11 e 13%, por isso, a legislação brasileira autoriza a adição de sacarose até 10% do volume, para que assim se alcance um vinho com a graduação alcoólica desejada. A autora ressalta que as variedades híbridas que estavam sendo introduzidas nas culturas são-roquenses já possuíam mais açúcar o que diminuía a necessidade de adição da sacarose.

⁴⁰ A Crise de Econômica de 1929 foi a maior crise econômica mundial do capitalismo, constituindo o mais longo período (1929 - 1933) de recessão econômica do século XX. A crise se alastrou pelo mundo e pelos outros ramos de atividades econômicas e com isso o comércio mundial diminuiu para um terço do que era. No Brasil, o segmento mais abalado foi o mercado cafeeiro, isso porque os Estados Unidos eram os principais compradores do produto (SANDRONI, 1999). Tal situação gerou inúmeras consequências,

e, no ano seguinte, o Brasil entrou a Era Vargas⁴¹. Somado às consequências da crise de 1929 e do início das transformações propostas por Vargas, deu-se o fato de que, em 1930, a Ferrovia Sorocabana inaugurou novos trechos e transferiu suas oficinas para outras cidades, levando centenas de famílias de operários, técnicos e engenheiros a se mudarem de São Roque, fazendo com que seus salários e ganhos econômicos deixassem a economia local repentinamente (O DEMOCRATA, 1949; SÃO ROQUE, 1992; SANTIAGO, 2008).

Nesse cenário, pela primeira vez, o governo estadual decidiu apoiar a vitivinicultura são-roquense vislumbrando nela uma alternativa econômica para reanimar a economia local e superar a crise que impactou principalmente o Estado de São Paulo, que investia fortemente na cafeicultura. Por isso, nesse mesmo ano, alguns enólogos de Campinas vieram a São Roque ministrar alguns cursos para capacitar, estimular e melhorar a atividade vinícola (O DEMOCRATA, 1949; SÃO ROQUE, 1992; ROMERO, 2004).

Como iniciativa do Governo Estadual, na gestão de Júlio Prestes, a Secretaria de Agricultura investiu esforços para concretizar a instalação da Estação Experimental em São Roque para que esta se dedicasse ao desenvolvimento da fruticultura⁴². O clima temperado foi o fator determinante para a escolha da cidade, mas também foram avaliadas as condições de solo e ambiente social e econômico propício para o desenvolvimento (LIMA; VILLANI, 1957; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008). Depois

entre elas: as perdas financeiras, a desaceleração econômica, a intervenção estatal na economia, altas taxas de desemprego, queda do PIB, queda da produção industrial, dos preços das ações e das importações. Porém, ao mesmo tempo, no Brasil, a crise contribuiu para a aceleração da industrialização, pois alguns cafeicultores passaram a investir no setor industrial. A crise terminou em 1933 quando o presidente norte americano, Roosevelt, aplicou o New Deal (SANDRONI, 1999).

⁴¹ A Era Vargas representa um período dentro da história do Brasil, onde Getúlio Vargas, através da Revolução de 1930, assumiu o poder e permaneceu durante 15 anos governando o país. Essa fase se encerra em 29 de outubro de 1945 com o golpe militar. Durante a Era Vargas institucionalizou-se um Estado nacionalista e intervencionista (características fascistas), ao mesmo tempo em que se agilizou a industrialização, a Lei da Sindicalização foi aprovada, diversas leis trabalhistas foram criadas, entre tantas outras medidas que agradaram a classe trabalhadora e fizeram de Vargas um governante popular apesar do regime ditatorial. Anos após a Era Vargas, Getúlio retornou à Presidência da República, iniciando a sua segunda fase de governo (FERREIRA, 2006).

⁴² Para maior compreensão sobre a instalação, desenvolvimento e atividades realizadas pela Estação Experimental de São Roque, recomenda-se o ROMERO, L. A. B. **A vitivinicultura no Estado de São Paulo (1880-1950)**. 2004. 233f. Dissertação de Mestrado (História Econômica) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, **Campinas, 2004**.

destes estudos para a implantação, finalmente em 1928 foi fundada a Estação Experimental de São Roque que a partir de 1930 começou a fornecer para a região as melhores variedades de uvas, o que influenciou diretamente a qualidade do vinho. Por causa dessa oferta da Estação Experimental apareceram na viticultura são-roquense variedades híbridas de uvas *Seibel*, *Seyve*, *Villart*, *Bertille Seyve*, *Gaillard* e uvas viníferas como *Pinot* (SOUZA 1957; ROMERO, 2004; DIAS; GOÉS, 2011).

A presença da Estação Experimental na cidade estimulou os vitivinicultores a melhorarem a qualidade do vinho são-roquense, por isso diversos estudos foram desenvolvidos na região. Também para este fim, alguns anos mais tarde Antonio Maria Picena, em 1934, fundou o primeiro curso de enologia no município, no qual também era docente. O enólogo italiano fundou também, um ano antes, em 1933, a Cooperativa Vinícola e Agrícola que trouxe a industrialização dos processos e propagou boas variedades de uvas (LIMA; VILLANI, 1957; SOUZA, 1957; SILVEIRA, 1989; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011). A produção vinícola são-roquense em 1931 foi de 385790 litros (SANTIAGO, 2008).

Diante dos bons resultados das pesquisas realizadas pela Estação, o Instituto Agrônomo de Campinas transferiu para São Roque suas “famosas coleções de videiras e outras fruteiras de clima temperado, desenvolvendo nela os seus mais importantes trabalhos técnicos nessas especialidades” (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]). As boas condições de solo e clima da região, somados aos avanços, proporcionados pelas pesquisas, começaram a aparecer: surgiram nas propriedades de São Roque outras lavouras frutíferas e de legumes, com destaque para o cultivo da alcachofra que crescia a cada ano (SOUZA, 1957; DIAS; GÓES, 2011).

A partir de 1934 a vitivinicultura são-roquense entrou em um período de renovação. Durante o Governo Estadual de Salles Oliveira e da gestão municipal de Argeu Villaça, foram tomadas algumas medidas que visavam incrementar e melhorar a produção são-roquense: isenção de taxas e impostos, amparo e assistência técnica aos viticultores, instalação de um Posto de Análises do Vinho, a chegada de técnicos do Departamento de Assistência ao Cooperativismo que ensinaram novos métodos mais produtivos aos vitivinicultores e dessa forma contribuíram para a melhoria científica da produção. Além disso, outros fatores, externos ao planejamento político, somaram à

renovação: o crescimento da Cooperativa Vinícola e o aumento da oferta dos cursos de enologia de Antonio Maria Picena. Esses cursos de enologia, ministrados pelo enólogo Picena e por uma série de especialistas, formaram novos técnicos que abandonaram processos ultrapassados para a época e adotaram métodos mais modernos e científicos (SANTOS, 1972; SÃO ROQUE, 1995; ROMERO, 2004).

Essa renovação dos processos e métodos vinícolas permitiu que os produtores mais antigos defendessem que a viticultura é uma arte, e que não um simples processo de esmagar a uva, adicionar açúcar e deixar fermentar para depois engarrafar. Difundia-se a ideia de que obter um bom vinho é um trabalho complexo que envolvia química, física, biologia e necessitava ser estudado, por isso a importância da ciência do vinho, a enologia (SÃO ROQUE, 1995).

Nesta fase de renovação, duas grandes vinícolas internacionais da época se instalaram em São Roque, a Gancia e a Cinzano, o que levou ao aumento da concorrência com o vinho local (SANTOS, 1972; ROMERO, 2004). Porém, por causa da valorização das terras são-roquense e consequente aumento dos preços, em pouco tempo essas duas vinícolas já desistiram do mercado local. Dessa forma, aos poucos, as propriedades antes cheias de parreirais se tornaram chácaras de recreio, mas mesmo assim a produção vinícola municipal ainda era de 1 milhão de litros por ano (SÃO ROQUE, 1992).

Percebendo a necessidade de organização do setor, no dia 8 de setembro de 1936 foi fundado o Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque. O Sindicato, que começou com 20 associados, foi devidamente reconhecido por Decreto nº 1402, de 5 de julho de 1939 e representava toda a classe dos vinicultores e buscava iniciativas que trouxessem benefícios para a classe e para a indústria (LIMA; VILLANI, 1957; SINDUSVINHO, 2013).

Mesmo com a desistência de grandes produtores, a criação do sindicato em 1936 fez com que a viticultura se mantivesse como uma das principais atividades econômicas do município, estimulada pelo apoio e assistência técnica recebidos da Secretária de Agricultura do estado (DIAS; GOÉS, 2011).

O contexto econômico contribuiu para que a viticultura tivesse sucesso. Em 1937, com o Estado Novo, houve maior interesse na agricultura diversificada para atender o mercado interno, o que antes não ocorria com as monoculturas

do café e da cana de açúcar. Desenvolve-se uma policultura que é favorável para o setor vinícola, que irá abastecer principalmente o mercado paulista (DIAS; GOÉS, 2011, p. 26).

No que diz respeito ao volume da produção, as estatísticas, de 1940, mostravam uma produção vinícola de 800.490 litros/ano, enquanto os dados de 1941 já apontavam 2.121.140 pés de videiras novas, 780.050 pés de videiras em produção, 33.690 quilos de uva colhidas para a produção vinícola, mais de 100 adegas, 2 milhões de litros de vinho produzidos por ano, 800 litros de vinagre produzidos, 50 toneladas de alcachofra colhidas e 80 produtores rurais dedicados a vitivinicultura (SANTOS, 1957; LIMA, 1985; SÃO ROQUE, 1995; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008).

Com o passar dos anos a área delimitada para a Estação Experimental de São Roque, que ficava distante um quilometro do centro da cidade e possuía 3,4 alqueires, foi toda ocupada pelos experimentos e isso limitou o espaço para os novos trabalhos. As coleções de videiras, pereiras, macieiras, ameixeiras e pessegueiros foram organizadas e mantidas, assim como os pequenos viveiros para distribuição de mudas. A limitação da área começou a trazer prejuízos para o desenvolvimento vitivinícola, porque não havia espaço para novos experimentos e dessa forma os problemas de solo, adubações, poda, meios de defesa, pragas e etc. não eram solucionados. Preocupado com estes problemas, o Estado adquiriu mais um lote de terras para aumentar a Estação. Após a aquisição do novo lote, outro problema foi encontrado: a falta d'água. Para solucionar este ponto, foi adquirido um terreno que possuía fonte própria de água e o terreno passou a ocupar 18,5 alqueires destinados às atividades da Estação Experimental (LIMA; VILLANI, 1957).

Após o aumento de área da Estação os experimentos desenvolveram-se rapidamente e foram visíveis as contribuições para a viticultura e fruticultura de todo o estado, como por exemplo: ajuda na instrução dos produtores, substituição de videiras, testes de novas variedades, substituição de castas e etc. As influências de alguns produtores fizeram com que outras culturas exploradas em São Roque fossem estudadas: cebolas, batatas e alcachofras (LIMA; VILLANI, 1957; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1965).

O ano de 1942 foi muito importante para a história da cidade de São Roque, pois foi quando aconteceu a primeira Festa da Uva e do Vinho: um dos primeiros eventos no

Brasil vinculado à produção e comercialização do vinho. Neste ano São Roque adquiriu a condição de maior produtor vinícola do Estado de São Paulo e a primeira edição do evento aconteceu em janeiro deste mesmo ano e localizou-se no Largo dos Mendes (SANTIAGO, 2008).

Porém, com a Segunda Guerra Mundial, a festa foi suspensa nos anos seguintes. Durante os anos em que não ocorreu a Festa da Uva e do Vinho, a produção vinícola são-roquense registrou, em 1944, uma produção de 1.919.000 litros, e em 1947 ela correspondia a 30% da produção estadual⁴³, foram quase 2 milhões de litros e 212 vinícolas estavam em funcionamento⁴⁴. Essa quantidade foi superada em 1948 quando a cidade produziu 2.380.000 litros de vinho, isso se justifica, pois, a cidade possuía 30 mil habitantes, onde 18 mil residiam na zona rural e se dedicavam a atividades agrícolas, como a vitivinicultura e o cultivo de alcachofra (O DEMOCRATA, 1949; ROMERO, 2004; SANTIAGO, 2008; DIAS; GOÉS, 2011)⁴⁵.

Apenas na administração do Prefeito Dr. Danton Castilho Cabral, em 1952, a Festa do Vinho teve a segunda edição (SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989), o retorno do evento foi estimulado pelo ganho do epíteto de “Terra do Vinho”, recebido pela cidade em 1950 (DIAS; GOÉS, 2011). O título também estimulou o investimento cada vez maior na vinicultura são-roquense. Após seu retorno, o evento foi realizado anualmente e, a cada edição, atraía mais visitantes e levava o nome de São Roque a todos os cantos do Brasil e também ao exterior. Nessa época, existiam em São Roque mais de 150 estabelecimentos dedicados à vitivinicultura e que juntos criaram a fama dos vinhos são-roquenses (SANTOS, 1972; LIMA, 1985; SILVEIRA, 1989).

Lima e Villani (1957) afirmam que após 25 anos de atividades da Estação Experimental, em 1953, era notória a sua influência positiva na riqueza do município, considerando que existiam 12 mil videiras em estudo e observação e 765 variedades

⁴³ Segundo Romero (2004) entre 1920 e 1950, a distribuição geográfica das videiras no Estado de São Paulo mudou radicalmente: abandonaram os terrenos da capital e se concentram em Jundiaí (60%), São Roque (30%) e outras regiões do planalto (10%).

⁴⁴ Entre os anos de 1947 e 1949, São Roque possuía 212 vinícolas, onde 117 eram propriedades de imigrantes Italianos e 95 de imigrantes portugueses (SANTIAGO, 2008).

⁴⁵ Não foram identificados dados sobre outros anos desse período.

disponíveis para os produtores. A produção vinícola municipal nesse ano foi de 4 milhões de litros e no ano seguinte se manteve (O DEMOCRATA, 1954; SANTOS, 1957).

A influência da Estação Experimental refletia na produção vinícola municipal, que por sua vez refletia nas Festas do Vinho, no interesse comercial e no movimento de turistas. No ano de 1955 o IBGE apontava os números do “excursionismo”⁴⁶ de São Roque como: 4 hotéis, 2 pensões e um movimento anual médio de 3 mil turistas (SANTOS, 1957). O movimento de pessoas para São Roque era influenciado pela quantidade e qualidade dos transportes oferecidos. Estes continuavam a desenvolver-se e, em 1955, eram: mais de 80 km de estrada férrea, 14 estações na Companhia Sorocaba, além dos 39 km de estradas estaduais e 261 km de estradas municipais (LIMA; VILLANI, 1957; DIAS, GOÉS, 2011).

Os investimentos no setor vinícola surtiram feitos e em 1955 esse índice subiu para 5 milhões de litros/ano. A partir desse ano, surgiram ideias que visavam planejar o desenvolvimento de São Roque baseando-se no turismo (SANTOS, 1957).

As proporções da produção vinícola são-roquense, em 1956, eram as seguintes: os 93 vinicultores são-roquenses foram responsáveis por uma produção anual que chegou a quase 6 milhões de litros/ano e estava dividida em: vinhos tintos com 5.736.661 litros, branco licoroso misto com 727.944 litros, rosado com 132.092 litros, Gerupiga⁴⁷ 27.900 litros, bagaceira 12.000 litros (SANTOS, 1957; SANTIAGO, 2008).

Durante o ano de 1956 o setor vitivinícola são-roquense foi prejudicado por uma onda de difamação organizada, segundo Lima e Villani (1957), por outros centros produtores. Tudo começou quando alguns novos produtores se instalaram em São Roque e pouco depois foram pegos falsificando vinho, o que levou outros centros vitivinícolas a associarem esta ação a todos os produtores locais.

Como resposta o Sindusvinho - Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque - promoveu uma campanha dizendo que não eram comuns e nem estimuladas práticas

⁴⁶ Acredita-se que o instituto tenha feito uma descrição de alguns elementos da estrutura turística disponível em São Roque naquele ano e a denominou de ‘excursionismo’, termo esse que não se refere à atividade turística desenvolvida por turistas que permanecem menos de 24h no destino.

⁴⁷ A Gerupinga (ou Geropinga) é um vinho especial de baixa fermentação e teor alcoólico reduzido, feito a partir do aproveitamento do bagaço das uvas de mesa (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983).

de falsificação em São Roque, convocou a imprensa do estado e da capital para uma reunião onde apresentou os melhores vinhos produzidos em São Roque e renomados em todo o Brasil, colaborou com a fiscalização dos estabelecimentos e auxiliou na retirada dos produtos falsificados do mercado. Junto com as autoridades locais, o sindicato trabalhou para que os produtores falsificadores fossem banidos da cidade. O Sindusvinho lutava também para combater a importação de vinhos prontos, geralmente de menor qualidade, que eram rotulados como locais, o que também prejudicava a imagem da viticultura são-roquense (LIMA; VILLANI, 1957). Em 1957, havia 15 processos sobre essa falsa afirmação de que os vinhos de outras regiões eram produzidos em São Roque, enquanto isso o sindicato lutava para conseguir criar a marca registrada dos Vinhos de São Roque (LIMA; VILLANI, 1957).

Os autores Lima e Villani (1957) afirmam que nesta época o vinho era o principal produto da cidade com 6 milhões de videiras e 8 milhões de litros de vinho por ano, com 86 vinicultores registrados que elaboravam 28 classes de vinho. Lima e Villani (1957) registram:

[...] o Secretário da Agricultura Dr. Jaime de Almeida Pinto, pronunciou um discurso no qual salientou a importância de São Roque no cenário econômico, especialmente viti-vinicola, nacional e que a produção de 6 milhões de litros no ano passado aumentaram este ano de nada menos dois milhões, provando assim o continuo progresso de São Roque neste campo da agricultura paulista. (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]).

Os primeiros sinais do enfraquecimento da vitivinicultura são-roquense aparecem no final da década de 1960. Isso porque alguns produtores eram isentos de pagar alguns impostos que voltaram a ser cobrados; a concorrência estava acirrada, só em São Roque existiam quase 200 propriedades vitivinícolas; e a especulação imobiliária gerou queda nas produções agrícolas (SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011).

Foi também na década de 1960⁴⁸ que o público da Festa do Vinho atingiu números exorbitantes, o que foi determinante para a mudança de local. O evento foi transferido para um recinto fechado localizado no bairro do Junqueira e chamado de

⁴⁸ Foi entre as décadas de 60 e 70 que a produção são-roquense de alcachofra atingiu seu auge, com mais de mil toneladas (CASTRO; SALVETTI, 1993; O DEMOCRATA, 1994). Inclusive nesta época aconteceram algumas edições da Festa da Alcachofra (O DEMOCRATA, 1994) – as quais esta pesquisa não abrangeu.

Recinto Dr. Júlio Prestes. O estudo de Santos (1957) já enfatizava a necessidade de planejamento turístico para a cidade, pois os problemas urbanos estavam fugindo do controle dos gestores. Segundo o autor, São Roque possuía muitas facilidades, já citadas por outros autores, que poderiam torna-la referência na área do turismo: facilidade de acesso, proximidade da capital, belezas naturais, clima, produção frutífera, monumentos históricos e povo hospitaleiro (SANTOS, 1957).

Nos anos seguintes, a vitivinicultura são-roquense chegou ao período, denominado por Dias e Goés (2011) de fase da crise. Porém nota-se que, apesar do cenário apresentado, a produção vinícola se manteve crescente por mais alguns anos, mesmo o número de vinicultores tendo caído para 150, a produção de 1969 foi de 8 milhões de litros/ano. Os principais motivos que levaram ao início da crise vinícola são-roquense foram a extinção de vinícolas locais, o loteamento dos terrenos, o forte êxodo rural, o aumento das produções vitivinícolas do sul e a falta de tecnologia para o campo. O aumento dos preços dos terrenos tornava a atividade agrícola desinteressante, afinal era mais fácil e lucrativo vender as terras do que mantê-las (SÃO ROQUE, 1995).

[...] O êxodo rural ocorre a partir da década de 1960, no governo de Juscelino Kubitschek, decorrente do grande investimento no setor industrial. [...] Os vinhos sanroquenses não conseguem acompanhar a competitividade, acrescenta-se a isso os vinhos importados no cenário nacional (DIAS; GOÉS, 2011, p. 29).

Ainda assim, a produção vinícola de 1971 chegou à safra de 12 milhões de litros/ano e as Festas do Vinho continuavam atraindo grandes fluxos turísticos (SANTOS, 1972).

Nos últimos anos, a produção vinícola sanroquense tem atingido um total geral de 10 a 12 milhões de litros. Os vinhos de São Roque passaram a ser merecidamente considerados entre os melhores do Brasil e as Festas do Vinho, de ano para ano, ganham em colorido, em animação, em afluência de público, contribuindo para a construção do bom nome da cidade (SANTOS, 1972, p.15).

A partir de 1973, chegaram ao Brasil algumas multinacionais no setor de bebidas, como a empresa *Chandon*⁴⁹ (DIAS; GOÉS, 2011), o que dificultou ainda mais a existência das vinícolas são-roquense, pois a discrepância entre os impostos cobrados

⁴⁹ A empresa *Chandon* se instalou no Brasil em 1973, no município de Garibaldi – RS. A empresa era especializada na produção de vinhos espumantes de alta qualidade (CISGA, 2013).

deixava o preço do importando mais vantajoso. É certo que o produto oferecido pela empresa *Chandon* é diferente do ofertado pelas empresas são-roquense, mas o custo benefício da compra de seus produtos impactou na economia local. Mesmo com a diferenciação desses produtos, como em um efeito cascata, tudo foi contribuindo para a redução do setor vinícola são-roquense, principalmente porque a cobrança os impostos eram muito alta (DIAS; GOÉS, 2011).

Além disso, a dificuldade do cultivo da uva, causada pelas mudanças climáticas, também contribuiu para esse cenário de diminuição da atividade. Segundo Dante Bastos, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São Roque, a colheita da uva em São Roque é de dezembro a janeiro e depende de muitas questões climáticas. Por exemplo: um inverno rigoroso e úmido produz uvas doces e de maior rendimento comercial, se houve muita chuva o fruto fica aquoso e para adoçar é necessária a adição de muito açúcar. Mesmo durante as épocas de descanso, as parreiras precisam ser cuidadas porque senão não se consegue as qualidades básicas para um bom vinho, como a doçura do fruto, a baixa acidez, o extrato e a cor (CÉSAR, 1975). Outra dificuldade da vinicultura é que uma produção só começa a ser rentável depois de cinco anos, por isso, Paulo Silveira, vinicultor e historiado são-roquense, se dizia incomodado, uma vez que plantar uva é caro, mas o vinho era barato. O baixo preço dos vinhos locais se justificava como uma forma de competir com os produtos do Rio Grande do Sul (CÉSAR, 1975).

A alternativa diante dessa crise, apontada por Paulo Silveira e Dante Bastos, foi a compra de lotes de vinho do Rio Grande do Sul para serem engarrafados em São Roque, pois dessa forma a produção ficou mais barata e vantajosa para os produtores locais (CÉSAR, 1975).

Em 1975 a notícia que circulava nos jornais da região era de que a vinicultura são-roquense já não se desenvolvia como antes, pois a produção era de 7.909.706 litros e muitos produtores estavam trocando de ofício (CÉSAR, 1975; O DEMOCRATA, 1983). Paulo Silveira estava pessimista em pensar sobre o futuro do setor em São Roque, pois a cidade chegou a ter mais de 200 propriedades dedicadas a vitivinicultura e neste ano, 1975, não chegavam a 50 (O DEMOCRATA, 1983).

A produção vinícola são-roquense continuou a cair no ano de 1976, apresentando um índice de 6.605.837 litros/ano (O DEMOCRATA, 1983). Mesmo com as notícias vinculadas nos jornais da época sobre o fim da vinicultura são-roquense, os produtores que persistiram na atividade aos poucos conseguiram mostrar que ela não estava morta, alcançando índices de 7.162.388 litros/ano em 1977. Porém, não conseguiram manter o ritmo nos anos subsequentes: em 1978 a produção foi de 5.240.125 litros/ano, em 1979 era de 6.776.909 litros/ano, em 1980 as 36 vinícolas restantes no município produziram 6.581.465 litros/ano, em 1981 foram produzidos 3.494.636 litros/ano e em 1982 apresentou um sutil crescimento, sendo produzidos 4.377.954 litros/ano (O CRUZEIRO DO SUL, 1981; O DEMOCRATA, 1983).

Os próprios produtores se questionavam sobre a viabilidade da manutenção da vinicultura em São Roque: para eles, além das dificuldades já apontadas, a mão de obra era um grande desafio, pois a atividade dependia muito do trabalho braçal e esse tipo de mão de obra estava cada vez mais escasso, principalmente pela proximidade de São Roque dos centros industriais, para onde os trabalhadores migravam. Segundo os produtores, eles insistiam na produção de vinho para manter viva a tradição e para abastecer a Festa do Vinho que estavam sendo realizadas na tentativa de divulgar os produtos vinícolas locais (O DEMOCRATA, 1983).

Os vinicultores são-roquenses discutiam sobre a qualidade do vinho local, argumentando que apesar da queda quantitativa da produção, a qualidade só melhorava a cada ano. Eles também culpavam a falta de políticas de incentivo e a falta de divulgação, principalmente dos vinhos licorosos que eram únicos da região e sempre muito elogiados pela crítica, pela baixa produção nos últimos anos (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984).

Enquanto a vinicultura declinava em São Roque, crescia no sul do país, pois a fase de expansão vitivinícola no interior paulista foi em 1920, no sul do país foi em 1980 (DIAS; GOÉS, 2011). Dias e Goés (2011) observam que mesmo sendo posterior, a produção do sul obteve maior sucesso, pois contou com o apoio e investimento do setor público, enquanto o governo do o Estado de São Paulo preferiu investir em monoculturas, como a cana de açúcar e o café.

O Prefeito Mário Luiz percebeu que a atividade vinícola estava decaindo a cada ano em São Roque, apesar do crescimento da Feira do Vinho, por isso pretendia estimular a atividade e tinha como plano reunir os produtores para estudar uma forma de fomentar o plantio de vinhas e a instalação de novas adegas. Além disso, o Prefeito acreditava que era necessário melhorar a apresentação dos produtos vinícolas são-roquenses para que eles se tornassem mais competitivos no mercado. Dessa forma, após diversas reuniões do Prefeito com os vinicultores, algumas ações de incentivo foram determinadas e tiveram seus planos de ações estipulados (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983).

O sutil crescimento notado na produção de 1982 foi contínuo e em 1983 a produção voltou a subir. Segundo a Comissão Organizadora da Feira do Vinho, a produção vinícola são-roquense marcou uma média de 8 milhões de litros/ano, produzidos pelas 35 adegas da cidade (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983). Talvez as ações dos vinicultores e da prefeitura tenham refletido no resgate da produção local ou ele foi um reflexo natural do mercado que após um período de baixa, voltou a subir.

A retomada do crescimento da produção vinícola são-roquense continuou por mais alguns anos, tanto que em 1985 a cidade possuía 26 adegas que juntas produziram 12 milhões de litros por ano (TOMAZELA, 1985). Porém, em 1986, a produção voltou a cair drasticamente, foram produzidos 4.518.798 litros/ano, sendo 1.929.161 litros/ano de vinhos branco seco, 1.602.839 litros/ano de tinto seco, 35.500 litros/ ano de rosado e 951.298 litros/ano de vinho branco doce (O DEMOCRATA, 1987).

A Festa do Vinho acabou em 1988, principalmente por causa da excessiva massificação do evento que revelou a incapacidade do município em atender a demanda, o que gerou graves problemas. A festa ficou descaracterizada e a cidade resolveu encerrá-la e retirá-la do calendário oficial de eventos. Nunca se comentou que o final da Festa estivesse atrelado às baixas da produção vinícola naquela época, o cancelamento da Festa sempre foi justificado pela falta de infraestrutura da cidade (SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011).

No início dos anos 1970 havia mais 200 produtores vitivinícolas cadastrados no sindicato, desses, apenas 25 chegaram ao ano de 1989. A produção em 1989 era de 4 a 5 milhões de litros por ano e estava concentrada no bairro de Canguera (SILVEIRA,

1989; DIAS; GOÉS, 2011). Neste ano, acreditava-se que única alternativa para salvar a tradição são-roquense ligada a vitivinicultura era o turismo, pois isso geraria interesse em dedicar-se a atividade e resgatar a cultura do vinho na cidade (SILVEIRA, 1989).

Por acreditar que a atividade turística poderia resgatar a cultura do vinho na cidade, a Prefeitura pleiteou o título de Estância Turística⁵⁰ e o conseguiu em 08 de junho de 1990 por apresentar o perfil exigido. Os motivos para a escolha da cidade estão descritos no relatório da antiga Secretaria de Estado dos Negócios de Esportes e Turismo, foram eles: a proximidade com a capital, o expressivo potencial turístico, a possibilidade de revalorização da Festa do Vinho e o apoio de atividades e equipamentos já encontrados no município (SÃO PAULO, 1990).

Após a conquista do título, a cidade se esforçou para cumprir o Plano de Desenvolvimento e Marketing que foi desenvolvido pela recém-criada Divisão de Turismo, nele estavam contidas orientações para que a cidade cuidasse de sua estrutura antes que pudesse atrair os turistas. O prefeito Zito Garcia disse que a cidade deveria estar bonita para receber seus visitantes, por isso ele investiu na pavimentação dos bairros, nos sistemas de água e esgoto, construiu a marginal para aliviar o tráfego no centro da cidade e fez outras melhorias do sistema viário que estava, segundo ele, obsoleto e incompatível com o *status* que a cidade passou a ostentar (TOMAZELA, 1990).

Os empresários da cidade foram incluídos em projetos para dinamizar o comércio local e melhorar sua estrutura e atendimento. A prefeitura municipal estimulou a abertura de restaurantes, lojas, campings e hotéis para atender a demanda esperada de turistas. Por outro lado, foi criada uma lei municipal que facultava a abertura do

⁵⁰ Estâncias podem ser entendidas “como localidades beneficiadas por recursos naturais, paisagísticos, medicinais, históricos, artísticos, dentre outros, e que podem gerar um fluxo de turistas” (FINO, 2009 *apud* FINO; QUEIROZ, 2012, p.2). Esse termo foi criado pelo governo do estado de São Paulo, por meio da Constituição Estadual de 1967, e visa “atender e impulsionar a demanda efetiva e potencial dos municípios classificados com esta denominação” (FINO; QUEIROZ, 2012, p.2). Atualmente, o estado de São Paulo possui 70 municípios considerados estâncias, podendo ser turísticas, balneárias, climáticas ou hidrominerais. Para serem contemplados com tal título, os municípios devem apresentar características turísticas e atender à determinados requisitos legais, além de contar com infraestrutura voltada à atividade turística (SÃO PAULO, 2014; FINO; QUEIROZ, 2012). Uma vez intitulado como Estância, o município passa a receber recursos financeiros, como por exemplo a verba do DADE, “que devem ser utilizados para promover melhorias em sua infraestrutura e serviços turísticos (FINO; QUEIROZ, 2012, p. 1).

comércio aos sábados, diminuindo as chances de abertura aos domingos, o que é inexplicável, uma vez que o maior fluxo turístico na cidade se dava justamente aos finais de semana (TOMAZELA, 1990).

A cidade continuou desenvolvendo seu potencial industrial e, em consequência, o distrito de Araçariguama se emancipou, pois, era lá onde se concentravam as indústrias, o que fez com que São Roque perdesse 40% de sua receita. Para reverter essa situação a Prefeitura de São Roque estimulou a abertura de empresas em um novo pólo industrial e o desenvolvimento turístico como fonte de receitas para o município (TOMAZELA, 1990).

Na época, a maior atração de São Roque eram os vinhos, produzidos por 25 adegas existentes no município, e muitas delas passaram a oferecer visitas, beneficiando a oferta turística municipal. Em 1990, a produção vinícola anual era de pouco menos de 10 milhões de litros e o destaque continuava sendo o vinho licoroso (TOMAZELA, 1990; SILVEIRA, 1989). A região produzia uma safra que rendia 6 mil toneladas de uvas, mas utilizava de 12 a 13 mil toneladas, essa diferença correspondia às uvas compradas do Sul, principalmente em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul (SÃO ROQUE, 1992).

Até então a oferta turística são-roquense era composta por 10 pequenos restaurantes, 2 hotéis, a Festa de Agosto, a Mata da Câmara, o Sítio Santo Antônio⁵¹ e a Festa do Vinho, que estava suspensa até que fosse reformulada (TOMAZELA, 1990).

A partir do título de Estância Turística, a cidade iniciou uma fase chamada, por Dias e Góes (2011), de “Novas formas de Produção”, onde foram desenvolvidas múltiplas ações, diretas e indiretas, que visaram fortalecer a indústria vinícola recém-saída de um período crise. Os vinicultores que se mantiveram na atividade começaram a desenvolver estratégias para refortalecer o vinho são-roquense, e neste momento, o enoturismo destacava-se como uma forte alternativa. O Sindusvinho começou a revitalizar o setor, para isso ele incentivou o desenvolvimento de vinhos finos, estimulou

⁵¹ A Festa de Agosto é uma grande festa religiosa, dedicada ao padroeiro da cidade, que acontece todos os anos durante a primeira quinzena de agosto. A Mata da Câmara é uma reserva ambiental que apresenta resquícios de Mata Atlântica. O Sítio Santo Antônio é um antigo sítio produtor de uvas e cebolas, pertencente à família do fundador da cidade e, hoje, é um patrimônio tombado pelo CONDEPHAAT.

o investimento em tecnologia no setor e apostou no enoturismo da região (SÃO ROQUE, 1995). “Esse é um momento muito recente da história do vinho são-roquense, e todas essas ações descritas acima ainda estão, de certa forma, ocorrendo na maioria das vinícolas de São Roque” (DIAS; GOÉS, 2011, p. 31).

Para a fase de renovação da vinicultura são-roquense foi necessário que os produtores investissem em novas tecnologias para que o produto vinícola melhorasse e se adequasse às novas exigências do mercado. Dentre esses investimentos e melhorias, destacou-se a necessidade de adequação dos vinhos locais ao paladar do público alvo, e mesmo sabendo que os vinhos finos estavam em alta, as vinícolas se preocuparam em melhorar a qualidade dos vinhos de mesa já que a região os produzia predominantemente (DIAS; GOÉS, 2011).

Dias e Goés (2011) se mostraram preocupadas com a dedicação dos produtores são-roquenses aos vinhos de mesa, isso porque

[...] a produção de vinhos finos é uma necessidade que as vinícolas têm que atender. Trata-se da demanda de clientes dos grandes centros urbanos acostumados com vinhos importados ou mais bem elaborados. Algumas vinícolas sanroquenses produzem em pequena escala ou fazem parceria com as vinícolas do sul para adquirir e comercializar esse produto (DIAS; GOÉS, 2011, p. 34).

A dedicação dos produtores são-roquenses aos vinhos de mesa se justificava, principalmente, porque esse produto era o carro chefe das Festas do Vinho. Apesar do evento ter tido sua última edição em 1988, após a obtenção do título de Estância Turística a Prefeitura decidiu reformulá-lo e trazê-lo de volta ao calendário oficial de eventos. A partir de 1993, a Festa voltou a acontecer, em novo formato, chamada de Expofloral e depois passou a Expo São Roque como permanece até hoje.

Em 1995, a cidade contava com 20 vinícolas que possuíam uma produção anual de 10 milhões de litros de vinho, a maioria delas localizavam-se nos bairros de Canguera e Sorocamirim. Essas vinícolas ainda possuíam pouca experiência na abertura de suas instalações para a visitação turística, e no início muitas delas contavam com áreas de lazer com churrasqueiras, quiosques e não cobravam pelo uso da infraestrutura - experiência que não deu certo e levou à extinção desses equipamentos. As vinícolas passaram a investir na conservação de seus traços rústicos para atrair a visitação turística, mantiveram alas de toneis, tanques, maquinários e peças que por si só

serviram como atrativos, e aliaram a isso o atendimento aos visitantes realizado por membros das famílias proprietárias ofereciam degustações da produção (ADEGAS, 1995).

Ao mesmo tempo em que os empreendimentos vinícolas estavam se adaptando à presença dos turistas em suas instalações, o novo formato da Festa do Vinho reunia, além dos vinhos, as alcachofras, as flores e todos os produtos produzidos em São Roque (SINDUSVINHO, 2013).

Com o objetivo de revitalizar o setor vinícola e transforma-lo em um vetor de desenvolvimento para o município de São Roque, o Sindusvinho se reorganizou e detectou aspectos importantes para tais objetivos. Foram retomados contatos e relações que haviam sido esquecidas, depois se buscou apoio junto aos órgãos governamentais onde obtiveram, através da Fiesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo - e do Governo do Estado, algumas conquistas, como a redução do ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - na base da indústria e apoio aos estudos sobre as possibilidades de qualificação e conversão de variedade de uvas⁵² (O DEMOCRATA, 2011).

A partir de 2005, o Sindusvinho assumiu a organização da Expo com o objetivo de divulgar os produtos da terra e incrementar o turismo da cidade (SINDUSVINHO, 2013). O cultivo de uvas em São Roque já era descrito como insignificante desde a fase da crise⁵³, o município comprava uvas da região de São Miguel Arcanjo ou o líquido já processado de municípios do sul do país. A cidade de São Roque passou a se destacar então não mais pela viticultura e sim pelos vinhos produzidos, engarrafados e comercializado nas vinícolas locais (DIAS; GOÉS, 2011). Segundo as autoras Dias e Goés (2011) é mais vantajoso para a cidade produzir o vinho e não mais as uvas, pois a viticultura possuía um alto custo de mão de obra para a manutenção agrícola. As autoras destacam também que o solo e clima já não eram mais favoráveis para a produção de uvas como foram no início da viticultura são-roquense.

⁵² A partir desses estudos, a ideia de revitalização da vitivinicultura ampliou-se para todo o Estado de São Paulo e, juntamente com a Secretaria de Agricultura, criou-se a Câmara Setorial da Uva e do Vinho do Estado de São Paulo (O DEMOCRATA, 2011).

⁵³ Ainda hoje, algumas vinícolas apresentam algumas parreiras para apresentação ao turista ou para produção de pequenas quantidades de vinho autenticamente são-roquense.

Em 10 anos o Sindusvinho conseguiu cessar o encerramento das atividades de adegas da região e 3 novas empresas se associaram ao sindicato, formando um grupo de 15 associados. Este número é pequeno quando comparado aos 130 que já participaram, porém em 2005 o grupo se apresentava mais motivado e unido, além disso, juntos eram responsáveis pela distribuição de 30 marcas de vinho e derivados (O DEMOCRATA, 2011).

Hoje, apesar da produção ser mecanizada, ainda apresenta traços do passado, principalmente por manter a produção baseada nas uvas *Isabel* e *Bordô* e pela administração da vinícolas ainda ser familiar - a maioria continua na mesma família desde a fundação e estão sendo geridas pela terceira geração - (SINDUSVINHO, 2013). Acredita-se que o fato das vinícolas ainda pertencerem às mesmas famílias contribuiu para a manutenção da tradição dos vinhos locais.

A pesquisa das autoras Dias e Goés (2011) revelou que as vinícolas são-roquenses visam fortalecer o comércio regional estabelecendo uma cartela de clientes fixa, com venda direta ao consumidor que visita o empreendimento fisicamente. As vinícolas hoje são mais do que lojas de vinhos, contam também com restaurantes, lanchonetes, produtos artesanais, licores, cosméticos, queijos, chocolates, salames e *souvenirs*, essa maior diversidade de produtos ofertados faz com que o turista passe mais tempo nas dependências da vinícola além de agradar diferentes perfis de turistas.

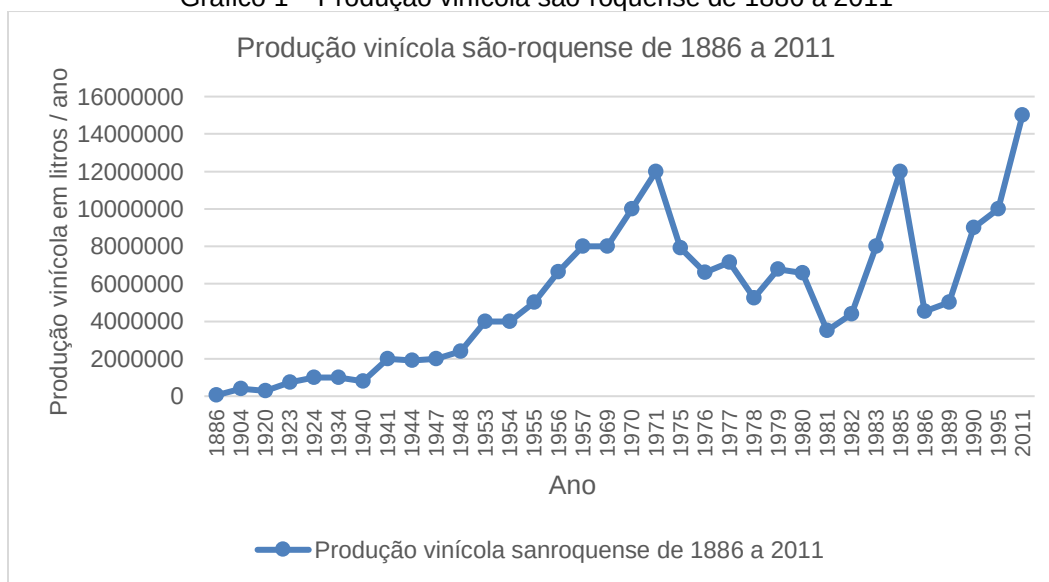
A maioria das vinícolas visitadas preparou seu espaço para agradar o turista e fazer venda direta com um ar de tradição. Isso ocorre principalmente com a mostra de objetos/maquinário utilizado no passado, por fotos antigas, e forma mais comum: a degustação de toda a linha de vinhos com um atendimento de funcionários ou de membros da família. (DIAS; GOÉS, 2011, p. 34).

O roteiro do vinho estabelecido em São Roque em 1998, tem sido complementado com o surgimento de restaurantes de culinária italiana e portuguesas, isso ajuda a trabalhar São Roque também como destino gastronômico e não apenas como destino de enoturismo. Aliás, o COMTUR – Conselho Municipal de Turismo - já vem trabalhando nos últimos anos essa aliança entre vinhos e a gastronomia local, tanto que nas feiras e exposições onde São Roque está presente sempre são apresentados os vinhos locais e a Alcachofra Roxa de São Roque (DIAS; GOÉS, 2011).

Em 2009 eram mais de 200 empregos diretos no setor de atendimento dentro das 15 vinícolas associadas ao Sindusvinho (DIAS; GOÉS, 2011) e, em 2011, o sindicato apontou que a produção de vinhos em São Roque atingiu números superiores aos apresentados na fase do auge da vitivinicultura local, graças a racionalidade da produção este índice chegou há aproximadamente 15 milhões de litro/ano. Neste mesmo ano, o Sindicato informou que São Roque recebeu uma média de 700 mil turistas graças à visibilidade alcançada pelo setor vinícola (SINDUSVINHO, 2011 *apud* DIAS; GOÉS, 2011).

Desses 15 mil litros de vinhos comercializados em 2011, 3 mil eram da produção local somada à dos vinhedos de São Miguel Arcanjo, Jundiaí, Valinhos, Capão Bonito e Buri, os outros 12 mil eram de vinho a granel que vem de outras regiões e são envasados em São Roque (O DEMOCRATA, 2011). Por isso a necessidade apontada pelo Sindusvinho de se investir em vinhedos locais: para atendimento da demanda e geração de emprego e renda na região (O DEMOCRATA, 2011).

Gráfico 1 – Produção vinícola são-roquense de 1886 a 2011



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

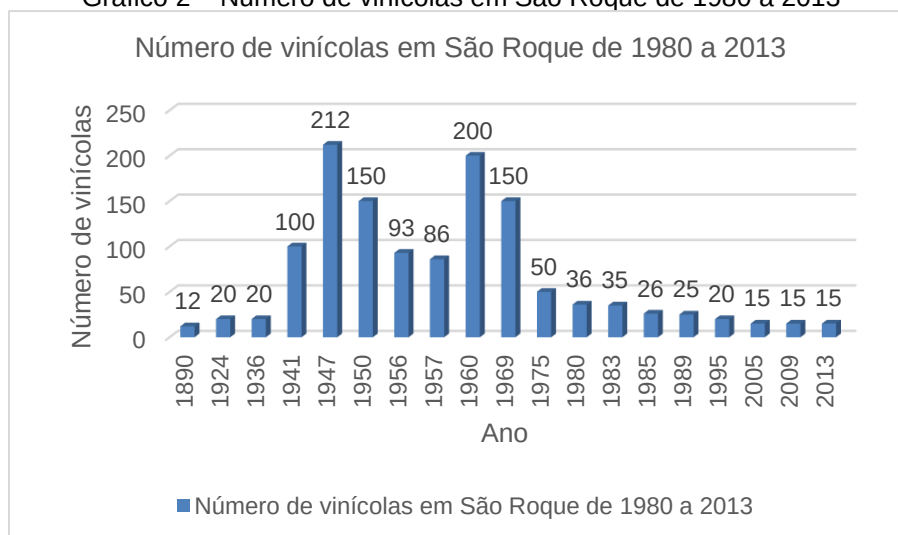
O gráfico 1 sintetiza a produção vinícola são-roquense desde 1886 até 2011 e permite visualizar seu crescimento, apesar da queda da vinicultura, e compara-lo com o período de auge da vitivinicultura são-roquense (1920 - 1960). Nota-se também que a queda da produção vinícola em São Roque começou durante o período de massificação

das Festas do Vinho (1960 - 1986), justamente quando os produtos vinícolas eram mais procurados.

Atualmente, o Sindusvinho assumiu que perdeu representatividade econômica com a diminuição da atividade, mas afirma que o vinho ainda é o responsável por gerar empregos na cidade e pela atração de 80% dos turistas que visitam São Roque (RENZO, 2013).

Em 2013, o Sindusvinho continuou mantendo seus 15 vinicultores associados (MARTINS, 2013), mas a produção vinícola anual não foi fornecida, pois não há uma consolidação oficial.

Gráfico 2 – Número de vinícolas em São Roque de 1980 a 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O gráfico 2 mostra que atualmente São Roque possui poucas vinícolas, quando comparado com períodos anteriores, porém, conforme o gráfico anterior, a produção se mantém crescente. Assim como os números referentes à produção vinícola, nota-se que o número de vinícolas começou a diminuir na fase de massificação da Festa do Vinho.

Entender a evolução do município de São Roque e sua ligação com a vitivinicultura se fez necessária para a contextualização histórica das Festas do Vinho até a Expo São Roque, assunto discutido no próximo capítulo, e análise sobre as transformações ocorridas.

3. DESDE A FESTA DO VINHO A EXPO SÃO ROQUE: AS TRANSFORMAÇÕES DO EVENTO

3.1 FESTA DA UVA E DO VINHO E FESTA DA VINDIMA

Em janeiro de 1942 realizou-se a primeira Festa da Uva do Vinho de São Roque que foi apontada como o primeiro evento do Brasil vinculado à produção e a comercialização da bebida. A Festa foi sugerida pelo Dr. Cláudio Cecil Roland, membro do Rotary Club de São Roque (LIMA; VILLANI, 1957; SILVEIRA, 1989; SÃO ROQUE, 1992; SANTIAGO, 2008).

Criado e organizado pelo clube, o evento aconteceu em janeiro, mês da colheita das uvas na região de São Roque e durou apenas um domingo (LIMA; VILLANI, 1957; BIAZZI, 1984; SILVEIRA, 1989). A Festa da Uva e do Vinho foi sediada no Largo dos Mendes, conhecido na época como Campo da Associação, contou com desfiles de cordões e carros alegóricos patrocinados pela vinícola Cinzano, além do momento que os vinicultores mais aguardavam: o Concurso de Vinhos (LIMA; VILLANI, 1957; BIAZZI, 1984; JORNAL DA ECONOMIA, 1999; SÃO ROQUE, 1992; SANTIAGO, 2008). Dentro da programação da Festa constava também a alvorada⁵⁴, missa campal e inauguração da biblioteca municipal (O DEMOCRATA, 2002).

Lima (1985) descreve que as barracas de vinho dominavam as ruas centrais da cidade, iam desde a Igreja de São Benedito, passavam pela Rua Marechal Deodoro e pelas Praças da Matriz e da República até chegarem ao ponto principal, o Largo dos Mendes. Nas barracas, o vinho era gratuito e havia fartura de comidas típicas⁵⁵, no palco aconteceram muitas apresentações de dança com coreografias portuguesas e italianas. Acredita-se que o evento se assemelhou a uma festa de colônia, pois estava cheio de elementos e homenagens que remetiam à origem da produção vitivinícola em São Roque (LIMA, 1985; O CRUZEIRO DO SUL, 1987; SILVEIRA, 1989; SÃO ROQUE, 1992; JORNAL DA ECONOMIA, 1999).

⁵⁴ Refere-se ao café da manhã servido na casa dos organizadores do evento e aberto para toda a comunidade local, cujo o objetivo é celebrar o nascer do sol e o dia festivo que se inicia.

⁵⁵ O bacalhau na brasa foi servido por diversas barracas e era considerado o prato típico são-roquense (O CRUZEIRO DO SUL, 1987; LIMA, 1985).

A Festa atraiu pessoas de todo o Estado de São Paulo, popularizando ainda mais os vinhos de São Roque - que já figurava como maior produtor vinícola do estado (SANTIAGO, 2008). Nessa época, a vitivinicultura são-roquense estava próxima ao seu ápice e apresentava-se mais organizada, por causa da criação do Sindicato, contava com o apoio da Estação Experimental e configurava-se como principal atividade econômica do município. Este cenário favorável foi atribuído como essencial para o êxito da I Festa da Uva e do Vinho de São Roque (BIAZZI, 1985; LIMA; VILLANI, 1957; SANTIAGO, 2008).

Apesar do evento ter sido considerado um sucesso pela imprensa local e pelos vinicultores, a gratuidade do vinho levou a algumas exaltações dos consumidores, resultando em brigas e até mortes. Por esse motivo, a bebida passou a ser vendida nas próximas edições do evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

A segunda edição da Festa só aconteceu 10 anos depois, por causa da Segunda Guerra Mundial, que obrigou os produtores a abandonarem a festividade (LIMA; VILLANI, 1957; BIAZZI, 1984; LIMA, 1985; SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011). Dias e Goés (2011) acrescentam que problemas financeiros também dificultaram a realização da Festa nos anos subsequentes, além disso, o jornal “O Cruzeiro do Sul” diz que as brigas e mortes geradas na primeira Festa desestimularam os vinicultores a realizarem uma nova edição do evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

Na ausência da Festa da Uva e do Vinho, em janeiro de 1947, realizou-se a Festa da Vindima, também conhecida como Festa da Uva, em comemoração à colheita da fruta na região de São Roque (SILVEIRA, 1989; O DEMOCRATA, 2002). O idealizador do evento foi de Adélio Alé, presidente do Rotary Clube, e teve o apoio da Prefeitura de São Roque, representada pelo prefeito Bernardino de Lucca (SILVEIRA, 1989).

A Festa da Vindima aconteceu no dia 26 de janeiro e foi sediada na Praça da Matriz. O evento pretendia arrecadar fundos para a construção do ginásio municipal e em sua programação constavam missa, almoço de confraternização, desfile dos produtores pelas ruas da cidade e leilão de cachos de uva (SILVEIRA, 1989).

O objetivo da Festa da Vindima não foi plenamente alcançado, pois a verba arrecada ainda não contemplava todos os gastos de construção. Por isso, no ano seguinte, realizou-se uma segunda edição do evento, que aconteceu da mesma forma

que a primeira. Após isso, o objetivo dos eventos foi alcançado e não houve divulgação de problemas causados em decorrência de suas realizações (BASTOS, 2014).

3.2 FESTA DO VINHO

O recebimento do epíteto de “Terra do Vinho”, em 1950, estimulou o retorno da Festa do Vinho em 1952, trouxe investimentos para o setor vitivinícola e esperanças para o desenvolvimento turístico do município (LIMA; VILLANI, 1957; SANTOS, 1972; SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011).

Por isso, em julho de 1952 aconteceu a segunda Festa do Vinho de São Roque apresentando duas mudanças: o mês de realização e o nome da festa. Nesta segunda edição focou-se no vinho e excluiu-se a uva, já que a sua produção não era significativa. O evento foi batizado de Festa do Vinho de São Roque. A data foi transferida de janeiro para julho porque em janeiro comemorava-se a safra da uva e em julho comemorava-se a safra do vinho local (LIMA; VILLANI, 1957; SANTOS, 1972; BIAZZI, 1984; SILVEIRA, 1989; DIAS; GOÉS, 2011).

Acreditava-se que o retorno da Festa do Vinho traria mais visibilidade aos produtos vitivinícolas do município e exibiria a tradição dos vinhos de São Roque para todo o Brasil (O DEMOCRATA, 1952). Por isso, a partir da segunda edição da Festa do Vinho, houve maior divulgação e, com isso, atraiu-se um público mais numeroso, tornando-se o principal instrumento de propaganda dos vinhos são-roquenses (SANTOS, 1972; DIAS; GOÉS, 2011).

Desta vez, o evento teve duração de uma semana e foi patrocinado pela Prefeitura de São Roque, representada pelo prefeito da época, Dr. Danton Castilho (LIMA; VILLANI, 1957; SANTOS, 1972; BIAZZI, 1984). Lima (1985) diz que a comunidade se envolveu na organização desta edição do evento, por isso, apesar de oficialmente ter sido realizada pela Prefeitura, ela contou com o apoio dos moradores locais. Tal apoio era justificado, pois o ponto principal dessa edição da Festa era a

homenagem a todos que contribuíram para o desenvolvimento da vinicultura de São Roque⁵⁶ (O DEMOCRATA, 1952).

Durante as Festas do Vinho o momento que os vinicultores mais gostavam e aguardavam era o Concurso de Vinhos⁵⁷ que visava premiar os melhores produtos vinícolas da região (LIMA; VILLANI, 1957). A entrada no concurso não era obrigatória e os resultados eram divulgados no encerramento da Festa, fazendo do o último dia do evento o de maior público (LIMA; VILLANI, 1957).

Uma das inovações apresentadas na II Festa do Vinho de São Roque foi o Concurso de Rainha e Princesas da Festa que, assim como o Concurso de Vinhos, foi repetido nas demais edições do evento, ganhando maiores proporções a cada ano (O CRUZEIRO DO SUL, 1977; O DEMOCRATA, 1952; LIMA, 1985; SÃO ROQUE, 1992). Além dos concursos, a Festa também contou com os desfiles de carros alegóricos como em sua edição anterior (O CRUZEIRO DO SUL, 1977).

O bom público presente no último dia da II Festa do Vinho e o sucesso do Concurso de Vinho deixaram na cidade um cenário propício à realização de uma terceira edição do evento. Por isso, a III Festa do Vinho de São Roque aconteceu em julho de 1953, desta vez o evento durou 15 dias e contou com a organização do Prefeito Dr. Danton Castilho e patrocínio da Prefeitura de São Roque, da Secretária de Agricultura

⁵⁶ O tema dessa edição do evento era uma homenagem a todos que lutaram pelo crescimento de São Roque, pela promoção da cidade e de seus produtos. Os jornais locais anunciavam que haveria uma homenagem aos “heróis do campo” e aos desbravadores da vinicultura no município, pois creditava todo o desenvolvimento da cidade a esse segmento (O DEMOCRATA, 1952).

⁵⁷ Para que os produtores não concorressem com algum produto que não fossem de sua própria produção, uma equipe do concurso retirava amostras diretamente dos toneis ou tanques. Os recipientes eram lacrados, todos com a mesma embalagem e rolha tornando a origem desconhecida. Tanto o laboratório responsável pelas análises químicas como a comissão julgadora só tinham acesso aos produtos através dos números. Após a coleta das amostras, os produtos eram encaminhados ao laboratório para a análise química, os vinhos que não atendiam as exigências da Lei do Vinho eram desclassificados. A partir dessa fase, cada análise realizada pela comissão julgadora, bem como as fichas dos degustadores, eram lacradas e trancadas por dois cadeados, ficando as chaves com um membro do júri e um membro da comissão organizadora da Festa. Para eles, o mais importante era manter a idoneidade do concurso (LIMA; VILLANI, 1957).

Segundo Lima e Villani (1957) os elementos que eram analisados pelos enólogos e por toda a comissão julgadora nos concursos eram: cor, liquidez, cheiro e gosto, que envolvia grau alcoólico e acidez. Os quesitos cor, liquidez e cheiro valiam até 2 pontos e o quesito gosto valia 3. Após as pontuações eram feitas as médias e anunciados os vencedores. O concurso envolvia diversas categorias de vinho, onde os primeiros lugares ganhavam medalhas e certificados. Somente o primeiro lugar da categoria do vinho tinto de mesa ganhava também uma taça de prata, além de ser considerado o melhor produto do ano (LIMA; VILLANI, 1957).

do Estado de São Paulo e da Sociedade Amigos da Cidade de São Roque (LIMA; VILLANI, 1957). A Festa se manteve no Largo dos Mendes com as mesmas atrações do ano anterior: várias barracas de vinho e de comidas, apresentações musicais e de dança, desfiles, carros alegóricos, Concurso de Rainha e Princesa e Concursos de Vinho (LIMA; VILLANI, 1957).

A Festa do Vinho de São Roque havia sido oficializada pela Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo pela lei nº 291 de 19 de maio de 1949, mas só foi regulamentada pelo decreto-lei nº 22.514 de 17 de julho de 1953 (SÃO ROQUE, 1995). A oficialização e regulamentação da Festa tinham como finalidade promover o turismo e o produto vinícola local, além de incentivar à comercialização dos produtos, aos espetáculos e exposições que aconteciam durante o evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1977).

Em 1954 aconteceu a IV Festa do Vinho de São Roque que se apresentou com os mesmos patrocinadores do ano anterior e duração de uma semana (LIMA; VILLANI, 1957). Apesar de ter apresentado as mesmas atrações da III Festa do Vinho, o público, segundo Lima e Villani (1957), no ano de 1954, foi superior aos anos antecedentes.

A V Festa do Vinho de São Roque aconteceu em julho de 1955 e foi patrocinada pela Prefeitura de São Roque, pela Secretária de Agricultura do Estado de São Paulo e pela Sociedade Amigos da Cidade de São Roque. A organização, como em outros anos, foi da Prefeitura de São Roque, mas os vinicultores se organizaram para auxiliá-la, a fim de se tornarem mais participativos no evento (LIMA; VILLANI, 1957). A Festa contou com programação e atrações semelhantes aos anos anteriores: barracas de comida e de vinho, apresentações musicais e de dança, desfiles e concursos (SOUZA, 1957). De acordo com Lima e Villani (1957), a Festa de 1955 estava mais organizada, pois, além de envolver mais membros na Comissão Organizadora, foi planejada com maior antecedência, por isso, para os autores, ela consagrou-se comparada às edições anteriores.

Percebe-se que desde o retorno da Festa do Vinho, a cada ano ela crescia, resultado direto da produção vinícola e do desenvolvimento do setor na economia local, além da crescente divulgação do evento.

No ano de 1956 aconteceu a VI Festa do Vinho de São Roque, desta vez no mês de outubro. Tal mudança não foi oficialmente justificada, mas de acordo com a publicação de Lima e Villani (1957) pode-se crer que foi a proximidade com a Festa de Agosto que levou a tal mudança. Isso porque a Festa de Agosto é uma festa religiosa e não poderia ser alterada no calendário de eventos da cidade, ao mesmo tempo em que a Festa do Vinho estava tomando maiores proporções e sua realização em outro mês poderia combater a sazonalidade e evitar o pico turístico entre os meses de julho-agosto⁵⁸.

Os vinicultores não estavam animados para a realização da VI Festa do Vinho, mas sentiram-se obrigados a cooperar para reverter a propaganda negativa gerada em decorrência da polêmica sobre a falsificação de vinhos. Essa possibilidade de fraude afetou negativamente a imagem do produto vinícola são-roquense e os produtores acreditavam que se participassem da Festa do Vinho poderiam transformar a situação e mostrar ao público a qualidade dos vinhos locais (LIMA; VILLANI, 1957). As atrações da VI Festa do Vinho foram semelhantes aos outros anos, com destaque especial aos tão esperados concursos (LIMA; VILLANI, 1957).

A VII Festa do Vinho realizou-se em 1957 e foi a edição do evento mais registrada pela imprensa da região, pois era o ano em que a cidade de São Roque comemorava o seu tricentenário aniversário e, por isso, houve diversas celebrações (LIMA; VILLANI, 1957). As descrições dessa edição do evento permitem compreender melhor as edições anteriores, apesar de no ano de 1957 a Festa ter sido ainda mais especial, o recinto, as solenidades, a quantidade de produtores, os *shows* e as atrações eram basicamente as mesmas das edições anteriores.

A abertura da VII Festa do Vinho aconteceu em um domingo, dia 18 de agosto, emendando com as comemorações da Festa de Agosto, que se encerrou dia 16 de agosto (LIMA; VILLANI, 1957). A realização da Festa do Vinho no mês de agosto contradiz as hipóteses levantadas para justificar sua realização no mês de outubro em 1956. Compreende-se que, talvez, se pretendia emendar as festas e deixar a cidade

⁵⁸ Nos dias de hoje, com a alcachofra como produto da festa, alega-se sua realização no mês de outubro, pois é próximo ao mês da safra de alcachofra – setembro -, mas ao que se sabe, em 1956 a alcachofra ainda não era usada como produto da Festa do Vinho.

mais tempo em comemoração, porém, desta forma, São Roque teve um ápice turístico em agosto, que demandou maior infraestrutura, e não combateu a sazonalidade durante o segundo semestre de 1957.

A VII Festa do Vinho foi organizada por uma Comissão composta por moradores locais, representantes da Prefeitura e dos vinicultores, contava com o patrocínio da Prefeitura de São Roque, de muitos vinicultores locais, da Secretária de Agricultura do Estado de São Paulo e da Sociedade Amigos da Cidade de São Roque (LIMA; VILLANI, 1957). A partir desse ano, a Prefeitura parou de ser a única responsável pela organização do evento, dividindo-a com a Comissão e com os vinicultores. O poder público municipal só voltaria a tomar a rédeas do evento em 1979.

No início da VII Festa do Vinho foi realizada uma sessão solene na Câmara Municipal, no dia 16 de agosto, enquanto a abertura oficial aconteceu no dia 18.

A abertura da VII Festa do Vinho foi descrita por Lima e Villani (1957)⁵⁹ que já considerava a origem dos visitantes do evento:

Apesar do mau tempo reinante desde o sábado à noite, e a despeito da chuva que ainda caía na manhã de domingo, dia 18 de agosto, data da abertura da VII Festa do Vinho, grande massa popular enchia as ruas e praças da cidade dando-lhes um ar festivo e movimentação desusada. Desde muito cedo notava-se intenso movimento de veículos na via Raposo Tavares, dirigindo-se todos em direção da cidade de São Roque. A cada momento, ônibus repletos, vindos de diferentes procedências – Itú [*sic*], Ibíuna [*sic*], Mairinque, Sorocaba, Tatuí e sobretudo da Capital – despejavam seus passageiros pelas imediações do recinto da Festa, armado, como nos anos anteriores no amplo Largo dos Mendes (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]).

No recinto da Festa, o Largo dos Mendes, as barracas concentravam-se no denominado pavilhão oficial, onde os 86 vinicultores decoravam seus espaços para chamar a atenção do consumidor, exibiam seus nomes, os de seus produtos e alguns dizeres sobre sua qualidade, além disso, ofereciam degustações de todos os produtos e os vendiam a qualquer momento, independentemente da quantidade (LIMA; VILLANI, 1957).

Além do pavilhão oficial, de um grande restaurante e de amplo palco onde todas as noites se realizavam 'shows', trinta barracas se dispõem em torno de um

⁵⁹ Os autores descrevem que a cidade estava toda enfeitada para as festas que estavam acontecendo no mês, as casas tinham faixas nas fachadas, festões, bandeiras e guirlandas (LIMA; VILLANI, 1957).

círculo com cerca de oitenta metros de diâmetro, formando assim o principal conjunto da mostra (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]).

Os preços dos produtos no interior do Largo dos Mendes eram uniformes e haviam sido estipulados pelas autoridades locais “[...] fim de evitar explorações de negociantes menos capazes de entender os elevados propósitos da realização da Festa do Vinho” (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]). Percebe-se que, para os organizadores, o objetivo da Festa era muito maior do que lucrar com a venda dos produtos, o importante era a divulgação da produção vinícola de São Roque, tanto que a Festa do Vinho era descrita como uma “solenidade de exposição de produtos vinícolas da região” (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]).

Era comum durante as Festas do Vinho que os visitantes realizassem um pequeno roteiro turístico que os levava para conhecer alguns estabelecimentos vinícolas, onde aprendiam sobre as fases de produção do vinho e só depois seguiam para o evento no Largo dos Mendes (LIMA; VILLANI, 1957). A VII Festa do Vinho de São Roque encerrou-se em 25 de agosto. Sobre isso, Lima e Villani (1957) escreveram:

Num dia, belíssimo, cheio de sol e com a temperatura amena, encerrou-se no domingo, 25 de agosto, a VII Festa do Vinho, também comemorativa do 3º Centenário de São Roque. Desde a manhã, uma população gárrula e entusiasta, calculada em vários milhares de forasteiros, enchia completamente as ruas e praças da cidade, dando-lhe um aspecto movimentado e inédito. [...] A realização dos vinicultores sanroquenses, que de ano para ano vem se repetindo, cada vez com maior e mais apurada apresentação, tem contribuído grandemente não só para maior difusão da apreciada bebida como também para propaganda da tricentenária cidade (LIMA; VILLANI, 1957, [s.p.]).

Apesar do sucesso da Festa do Vinho de São Roque de 1957, no ano de 1958 ela não aconteceu (SANTOS, 1972; SÃO ROQUE, 1992) e nenhuma justificativa para o cancelamento do evento foi divulgada. Apenas a Edição Especial do Jornal da Economia de 1999 e Silveira (1989) justificaram a ausência do festejo nesse ano, pois este teria sido um ano desfavorável – política e economicamente - para todo o município.

A VIII Festa do Vinho de São Roque, em 1959, aconteceu normalmente no Largo dos Mendes, porém, no mês de outubro em razão de dificuldades administrativas para montar a Comissão Organizadora a tempo. Organizada por uma Comissão majoritariamente composta por vinicultores, dessa vez o evento contou com grande apoio do Conselho Municipal de Turismo, enquanto isso, as atrações eram as mesmas

de 1957 (O DEMOCRATA, 1960). Apesar da normalidade, esta edição da Festa do Vinho foi pouco comentada na imprensa local.

Em 1960 aconteceu a IX Festa do Vinho de São Roque que contou com uma abertura solene cheia de luxo na Praça da Matriz. Muitas autoridades políticas e membros da imprensa estavam presentes e em seus discursos elogiaram os produtores são-roquenses que, apesar de possuírem pequenas propriedades, se organizavam de tal forma que conseguiam considerável produção (O REPÓRTER AGRÍCOLA, 1960)⁶⁰.

O objetivo da Comissão durante a organização da IX Festa do Vinho era fortalecer o nome de São Roque no cenário vinícola nacional, para isso pretendia-se que os produtos locais fossem considerados os melhores do país e, portanto, os vinicultores eram estimulados a trabalharem para uma padronização da qualidade da produção local. Os produtores vinícolas acreditavam que com o fortalecimento do nome dos produtos são-roquenses eles conseguiriam maior apoio do governo estadual para a realização das próximas festas, já que era nítida a contribuição delas para a economia do Estado (O DEMOCRATA, 1960).

A programação da IX Festa do Vinho de São Roque era composta pelo pavilhão dos vinhos, pelas barracas de comida, pelas apresentações musicais e artísticas, pelos desfiles e concursos, pela formatura de 47 alunos do curso de enologia ministrado por Picena e por um almoço especial oferecido à imprensa e as autoridades pela Comissão Organizadora e pelos vinicultores (O DEMOCRATA, 1960).

No encerramento da nona edição da Festa, a Comissão Organizadora anunciou o registro de um aumento explosivo no número de visitantes e, em decorrência, o espaço do Largo dos Mendes já não era mais suficiente para a realização do festejo. Por isso, demandavam por um recinto novo, próprio para as Festas do Vinho, e que poderia servir como atrativo turístico para a cidade (O DEMOCRATA, 1960; LIMA, 1985; SILVEIRA, 1989).

As Festas do Vinho de 1961 a 1968 realizaram-se conforme o padrão que foi sendo estipulado nos anos anteriores. Todas elas aconteceram em julho, foram

⁶⁰ Como dito no capítulo anterior, na década de 1960 a vinicultura são-roquense começou a apresentar os primeiros sinais de enfraquecimento, entretanto deve-se pontuar que, apesar disso, o produto vinícola continuava configurando-se como o principal produto da cidade.

sediadas no Largo dos Mendes e organizadas pela Comissão. Contaram com o patrocínio da Prefeitura de São Roque, dos vinicultores locais, da Secretária de Agricultura do Estado de São Paulo e da Sociedade Amigos da Cidade de São Roque (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1965; SANTOS, 1975, 1985; SILVEIRA, 1989;). As programações tiveram muitos *shows* e apresentações, além dos concursos de Rainha e de Princesas e o Concurso de Vinhos (SANTOS, 1975).

Durante toda a organização e realização das festas desses anos, a Comissão Organizadora reforçava o pedido e a necessidade de um espaço próprio, e fechado, para o evento (O DEMOCRATA, 1960, 1975, 1985; SILVEIRA, 1989)⁶¹.

Após muitas negociações, o então Prefeito Lívio Tagliassachi conseguiu uma verba de 2 milhões de cruzeiros para adquirir um terreno para a construção de um recinto para as Festas do Vinho. O deputado Dr. João Batista Ramos era vinicultor são-roquense e usou de suas influências políticas para concretizar a destinação da verba (SANTOS, 1975; JORNAL DA ECONOMIA, 1999). Com esse dinheiro, a Prefeitura de São Roque comprou um terreno, localizado no bairro do Junqueira, que era de propriedade do Sr. Mario Dinis Junqueira e envolvia uma chácara e outros terrenos adjacentes, onde na parte alta havia um manancial de água e na parte baixa eram comuns práticas esportivas (SANTOS, 1975).

Uma parte da verba conseguida pela Prefeitura de São Roque deveria destinar-se à construção de um parque industrial permanente, para a Feira da Indústria, e outra para “serviços de utilidade social” (SANTOS, 1975). Para atender à necessidade de serviços de utilidade social foi construído, no terreno do Junqueira, um reservatório de rede de abastecimento de água, considerada uma das principais obras dessa gestão municipal. Sobre o outro uso do terreno, a necessidade de um espaço novo para as Festas do Vinho foi avaliada como mais urgente do que um espaço para a Feira da Indústria, por isso destinaram o recanto para esse fim (O DEMOCRATA, 1975).

⁶¹ Nesta época, São Roque era uma cidade pacata, mas durante a realização da Festa do Vinho se transformava, tanto pelo número de visitantes que recebia como pelo colorido e animação que povoavam a cidade, prova disso foi o fato do jornal O Estado de São Paulo apontar que durante a década de 1960 a cidade possuía potencial para ser o maior centro de atração turística do Estado (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1965).

A finalização das reformas para tornar o recinto adequado às Festas do Vinho se deu no ano de 1969, durante o mandato do prefeito Mario Luís Campos de Oliveira. O espaço foi oficialmente batizado como Recinto Dr. Júlio Prestes e tornou-se, popularmente, conhecido como Recinto da Festa do Vinho. Geograficamente, sua posição era privilegiada, pois além de possuir mais de 20 mil m², era próximo à saída de São Roque pela Rodovia Raposo Tavares e estava a 2 km do centro da cidade (SANTOS, 1975; SILVEIRA, 1989; SÃO ROQUE, 1992; JORNAL DA ECONOMIA, 1999).

Em meio às modificações feitas no Recinto Dr. Júlio Prestes para a realização da XVIII Festa do Vinho, o casarão que sede da chácara foi demolido para a construção de um restaurante para 300 pessoas, ao seu redor instalaram-se diversas barracas de vinho. Além disso, foram construídos 700 m² de área coberta para abrigar a administração, o palco e o restaurante, alguns bancos foram distribuídos pelo espaço e um projeto paisagístico foi realizado nas encostas dos morros (SANTOS, 1975).

Durante a XVIII Festa do Vinho, em 1969, uma grande massa de visitantes invadiu as áreas de encostas dos morros e derrubou árvores, arbustos e acabou depredando o local que acabava de ser inaugurado. Por causa disso, as autoridades desistiram dos planos que tinham sobre a construção de um parque botânico e providenciaram os aterros e terraplanagens dessas áreas (SANTOS, 1975).

O Recinto Dr. Júlio Prestes estava recém-inaugurado, mas a acomodação do evento parecia improvisada. A imprensa local noticiava que a área era certamente mais confortável e incomparavelmente melhor do que no Largo dos Mendes, mas ainda havia muito a ser melhorado para o pleno sucesso do evento (SANTOS, 1975).

Essa transferência de local fez com que a Festa do Vinho de São Roque se transformasse em um dos maiores eventos de massa do Estado de São Paulo. O processo de massificação do evento, que havia se iniciado com o aumento explosivo do público na década de 1960, intensificou-se com a mudança de local (SILVEIRA, 1989; JORNAL DA ECONOMIA, 1999). Os principais motivos para essa massificação foram apontados por Silveira (1989) que dizia:

A proximidade com São Paulo e a disponibilidade de transporte coletivo por si só dão conta de explicar a presença, por vezes, de 50 a 100 mil pessoas, em um só dia, em São Roque. O custo acessível do vinho e a promoção de shows

com artistas populares acabam por esclarecer, inclusive, a atração que a Festa passou a exercer em pessoas de outros Estados, caso mais evidente o do Rio de Janeiro. A massificação da Festa do Vinho trouxe a perspectiva de lucro imediato e atraiu a atuação de todos os tipos de ambulantes. Dessa maneira, o evento deixou de ser o meio de divulgar uma cidade e seu produto típico. Transformou-se na grande chance de faturar alto em poucos dias. Acontece, entretanto que a excessiva massificação revelou a incapacidade do município de atender uma clientela acima da sua população e gerou problemas graves, como o de segurança [...] (SILVEIRA, 1989, p. 97).

Percebe-se que, segundo o autor, a massificação levou a desvalorização dos fatores socioculturais do evento, priorizando o lucro e o entretenimento.

O número de visitantes continuou crescendo nas Festas do Vinho nos anos de 1970, 1971, 1972 e 1973 (O DEMOCRATA, 1973, 1985), tanto que no último final de semana da XXII Festa do Vinho o recorde de público foi quebrado. Nesta ocasião, já no sábado, dia 28 de julho de 1973, os hotéis em Sorocaba estavam superlotados e em suas imediações grupos de turistas vindos de diversas cidades, principalmente de São Paulo, apresentavam faixas de saudações à Festa do Vinho e à São Roque (O DEMOCRATA, 1973).

No domingo, o tempo estava propício para a permanência do turista na Festa e, por esse motivo, desde a manhã a cidade estava cheia de visitantes e muito movimentada. O Recinto Dr. Júlio Prestes estava com quase todas as suas atrações em funcionamento⁶² e apresentava-se cercado por viaturas para garantir a segurança do local. Durante todo o dia milhares de visitantes passaram pelo evento, “o recinto ficou pequeno para comportar a incalculável multidão” (O DEMOCRATA, 1973).

Esse grande aglomerado de visitantes causou uma série de problemas que se agravaram diante da desorganização geral da Festa. Os repórteres do jornal “O Democrata” conversaram com alguns visitantes durante a XXII Festa do Vinho e, publicaram os depoimentos na edição de 4 de agosto de 1973, entre eles destacavam-se as reclamações sobre a limpeza do recinto, a falta de atrativos, os maus hábitos dos visitantes, a insuficiência dos sanitários, além da falta de árvores, bancos e áreas para

⁶² Nesse ano, não houve o Desfile de Encerramento, conhecido pelo colorido que trazia a cidade e pela apresentação da Rainha e das Princesas nos carros alegóricos, porque foi encomendado um carro alegórico em Caraguatatuba, mas ele não chegou a tempo devido a uma interrupção do trânsito na rodovia, por causa de obras. A partir de 1973 nunca mais foi realizado o Concurso da Rainha e das Princesas da Festa. Em 1982 tentou-se recriar a premiação, com a Rainha dos Violeiros, mas essa também não voltou a se repetir (O DEMOCRATA, 1973).

descanso (O DEMOCRATA, 1973). Os entrevistados reclamaram sobre os preços da alimentação no interior do evento e lembraram que antigamente o ingresso para a Festa era uma caneca, que também servia como lembrança, e com ela o visitante tinha direito a uma dose de vinho, mas em 1973 essa prática não ocorria (O DEMOCRATA, 1973).

Além disso, outras queixas retratadas nestes depoimentos diziam respeito aos batedores de carteira que agiam livremente, mesmo com a presença de tantos policiais. Os visitantes queixavam-se também de uma empresa de ônibus que havia vendido passagens antecipadas sem controle do número de passageiros por viagem. Além disso, os ônibus chegavam fora dos horários, o que resultava em um enorme aglomerado de pessoas querendo embarcar (O DEMOCRATA, 1973).

Ainda no encerramento da XXII Festa do Vinho, muitos artistas populares apresentaram-se, as autoridades entregaram as premiações do Concurso do Vinho e em seus discursos ressaltaram a importância daquela festa para o município, evidenciando o papel da vinicultura na economia são-roquense (O DEMOCRATA, 1973), mesmo este setor estando em declínio já há alguns anos.

Através da divulgação do balancete pode-se dizer que, financeiramente, a XXII Festa do Vinho foi um grande sucesso. Porém, a insatisfação de alguns visitantes denegriu a imagem positiva que o evento cultivava (O DEMOCRATA, 1973).

Cinco anos após sua inauguração, o Recinto Dr. Júlio Prestes continuou a apresentar falhas – diagnosticadas desde as primeiras edições da Festa realizadas nesse espaço -, que se agravaram com presença das multidões e tornaram evidentes os problemas causados pela falta de manutenção no local (SANTOS, 1975).

O asfalto levantou do chão, sem reforma e sem recapeamento ou qualquer manutenção, o uso das multidões gerou ali um campo que levantava poeira fina que atacava os pulmões. O recinto estava todo esburacado e sem conforto algum (SANTOS, 1975).

A imprensa local questionava-se sobre o porquê os organizadores não investiam na manutenção ou em uma reforma do local, sendo que as Festas do Vinho geravam bons lucros (SANTOS, 1975).

Em 1974, o movimento na Festa do Vinho foi bastante baixo e a Comissão Organizadora alegava que o público do evento não atingiu os números esperados por causa da Copa do Mundo de Futebol, que aconteceu também em julho, e por isso os

visitantes deixaram a Festa do Vinho em segundo plano, preferindo acompanhar os jogos (CÉSAR, 1975; SANTOS, 1975). A insatisfação e os problemas do ano anterior não foram atribuídos como a causa para o baixo público dessa edição.

No ano seguinte, a produção vinícola continuava a cair e então o engenheiro agrônomo da Casa da Agricultura, Endo Cião, apostou em uma nova estratégia, onde a finalidade da Festa seria promover o turismo na região, explorando os vinhos de São Roque como atrativo, além de incentivar a comercialização do produto (CÉSAR, 1975).

Por consequência dessa nova proposta, a XXIV Festa do Vinho tinha previsto um extenso programa com muitos *shows* de artistas populares do rádio e da TV, além de diversas atrações que pretendiam “[...] transformar São Roque, uma cidade de interior bem pacata, no centro principal de turismo de todo o Estado” (CÉSAR, 1975).

O início da XXIV Festa do Vinho foi no dia 6 de julho de 1975 e a Comissão Organizadora esperava receber 800.000 pessoas, porém, apesar do grande fluxo de visitantes, o evento, mais uma vez, não atingiu o público esperado pela Comissão (CÉSAR, 1975).

Enquanto isso, o Recinto Dr. Júlio Prestes mostrava-se cada vez mais inadequado à realização do evento (SANTOS, 1975). Os visitantes pediam melhoramentos urgentemente, como recapeamento e construção de áreas de descanso, além, é claro, do controle dos preços cobrados nas barracas (SANTOS, 1975).

As Festas do Vinho dos anos de 1976, 1977 e 1978 continuaram a ser realizadas como tentativas de divulgar os produtos vinícolas locais. Nota-se que antes o evento pretendia exaltar o nome de São Roque enquanto grande produtor vinícola, porém passou a intencionar a divulgação das marcas locais para que a atividade vinícola não desaparecesse no município.

3.3 FEIRA DO VINHO

Em 1979 aconteceria a XXVIII Festa do Vinho, porém os vinicultores se negaram a ajudar na organização e divulgação do evento, em decorrência disso, aconteceu neste

ano a I Feira do Vinho de São Roque (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979; O DEMOCRATA, 1979).

Essa posição dos vinicultores foi decorrente de um entrave que começou em maio, durante as reuniões para a organização da XXVIII Festa do Vinho, quando o Prefeito Quintino de Lima determinou que todas as ações da Comissão Organizadora⁶³ seriam fiscalizadas assiduamente por uma comissão de sua confiança, principalmente no que se referia a utilização de verbas. Os vinicultores alegaram que o poder público municipal estava interferindo de forma ilegal na organização e por isso optaram por não participar do evento. Por outro lado, a Prefeitura Municipal justificou que o motivo para a fiscalização não era desconfiança da organização dos vinicultores, mas sim porque pretendia encontrar formas de maximizar os lucros⁶⁴ para construção de um novo local para as Festas do Vinho (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979).

Diante da necessidade de um novo espaço para o evento, o Prefeito propôs aos vinicultores que disponibilizassem a verba para construção da estrutura, enquanto a Prefeitura se responsabilizaria pela aquisição de outro terreno, por isso a necessidade de aumento dos lucros: para que juntos, eles conseguissem executar o projeto do novo local (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979).

Em discordância com a posição do poder público municipal, após se abster da organização do evento, o Sindusvinho - representando os vinicultores que organizavam o evento - divulgou que a estrutura do Recinto Dr. Júlio Prestes pertencia a eles⁶⁵ e, nesta situação, caso a Prefeitura Municipal fizesse uso do local, seria considerada invasão de propriedade (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979; O DEMOCRATA, 1979).

Essa briga entre os vinicultores, representados pelo Sindicato, e a Prefeitura parou na justiça e, a poucos dias do início da Feira, o juiz determinou que o Recinto Dr.

⁶³ Desde 1958 a Festa do Vinho era planejada e executada por uma Comissão Organizadora que, no início, envolvia diversos segmentos da sociedade, mas a cada ano era mais forte a incidência dos vinicultores, de tal modo que eles acabaram tomando para si a organização do evento.

⁶⁴ As Festas do Vinho rendiam em média de Cr\$342.000 que eram divididos entre associações beneficentes, Sindicato dos Vinicultores e Sociedade Civil da Festa do Vinho. No ano anterior o lucro da Sociedade Civil foi de Cr\$24.000 (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979).

⁶⁵ O Recinto Dr. Júlio Prestes era da Prefeitura de São Roque, mas o Sindusvinho havia construído algumas instalações em seu interior, como, por exemplo, o galpão de exposições (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979; O DEMOCRATA, 1979).

Júlio Prestes poderia ser usado, afinal ele foi construído pela Prefeitura Municipal, mas impediu o uso do pavilhão de exposições (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979; O DEMOCRATA, 1979; O CRUZEIRO DO SUL, 1981)⁶⁶.

Mesmo com tal impedimento, o Prefeito garantiu que a Feira do Vinho começaria no dia 7 de julho de 1979 e ressaltou que se ela obtivesse bom público, poderia acontecer diversas vezes ao ano (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979).

Era a primeira vez que a Prefeitura de São Roque estava à frente do evento desde 1957, diante disso e da conturbada organização, o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) foi um forte aliado para a realização da I Feira do Vinho⁶⁷ (O DEMOCRATA, 1979).

A maior crítica referente a esse evento se deu antes mesmo da sua inauguração, isso porque os jornais apontavam que a Feira do Vinho de São Roque não ofertaria o vinho local, pois a maior parte dos mais de 300 mil litros da bebida que seriam comercializados na exposição era de produtores da região e do sul do país e não dos produtores são-roquenses, que se negaram a fornecer o produto em decorrências dos atritos com a Prefeitura. Para o Prefeito Quintino de Lima, a situação era positiva, pois proporcionava novos sabores ao paladar do visitante e, além disso, 3 vinicultores locais participaram da Feira, ou seja, os vinhos são-roquenses estavam representados, mesmo que pela minoria (FOLHA DE SÃO PAULO, 1979; O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

A Prefeitura temia que não houvesse público no evento, porém recebeu grande demanda de interessados em instalar barracas de lanches, vinhos, canecos, artesanatos e etc. dentro da Feira e tudo alugado correspondendo ao número de barracas dos anos anteriores. Sobre isso, o COMTUR informou que se deveria seguir

⁶⁶ Na quarta-feira antes da inauguração do evento, a Prefeitura estava fazendo alguns reparos no galpão quando dois oficiais chegaram e lacraram o local, porque os vinicultores possuíam uma liminar que não autorizava a prefeitura a usar a infraestrutura por eles construída. Essa liminar proibiu o uso do pavilhão de exposições e de toda a sua infraestrutura, pois ela foi construída pelo Sindusvinho através dos lucros das Festas anteriores (O DEMOCRATA, 1979).

⁶⁷ Os funcionários públicos também colaboraram muito, pois eles trabalharam espontaneamente na organização e durante a Feira, em sistema de escala, na bilheteria, portaria, administração, fiscalização e etc. (O DEMOCRATA, 1979).

um número padrão de barracas mesmo que Feira estivesse vazia (O DEMOCRATA, 1979).

Após tantos conflitos, a I Feira do Vinho de São Roque inaugurou-se em 7 de julho de 1979, em substituição à XXVIII Festa do Vinho, e se encerrou no dia 19. Durante a realização do evento houve diversos *shows* e apresentações populares, além de muitas brincadeiras organizadas pela COMTUR para entreter os visitantes entre as performances (O DEMOCRATA, 1979).

Apesar do sucesso do evento, as críticas que estavam sendo feitas desde antes da abertura se fortaleceram e a imprensa local foi enfática no que denominou “o grande problema da Feira de 79”: a baixa representatividade dos vinicultores locais na exposição. Por não participarem da organização do evento, os produtores são-roquenses negaram-se a fornecer vinho para comercialização e, em um “acordo de cavalheiros”, as cantinas instaladas no evento também não venderam os vinhos produzidos por eles. Diante disso, a Prefeitura Municipal demonstrou-se preocupada, pois o evento sobrevivia da fama de seus produtos vinícolas, por isso, como alternativa, comercializou vinhos de outras regiões. Durante o evento, o público se satisfaz com essa decisão da organização, porém a imprensa local incomodou-se (O DEMOCRATA, 1979).

Assim como em 1979, em 1980 toda a Feira foi planejada e executada pela Prefeitura Municipal. O saldo da I Feira do Vinho foi de Cr\$ 628.214,44, então a gestão pública municipal programou-se melhor, consignando um valor no orçamento para a realização da segunda edição do evento. Vale lembrar que em 1979 a Prefeitura foi repentinamente encarregada de organizar a Feira. Para o ano 1980, ela havia se preparado e estava ciente de seus gastos, mesmo assim a previsão de lucro da II Feira do Vinho era de Cr\$ 1.200.000,00. Esta perspectiva otimista acerca do possível valor a ser recolhido pelos cofres públicos reforçava a ideia do Prefeito de comprar um novo terreno para construção de um espaço mais adequado ao evento, enquanto o atual Recinto Dr. Júlio Prestes serviria para lazer dos trabalhadores (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980).

Para planejar e realizar o evento de 1980, a Prefeitura se organizou e montou uma Comissão Organizadora. Para surpresa de todos, nesse ano alguns vinicultores

são-roquenses cederam e 10 dos 40 vinculados ao Sindicato estavam presentes na II Feira do Vinho, pois se sentiram prejudicados com a não participação em 1979 e objetivavam manter vivos os interesses coletivos instaurados desde as Festas do Vinho, mostrando aos milhares de visitantes a imagem dos vinhos são-roquenses. Segundo os vinicultores participantes, o foco do evento não era a venda dos produtos, mas assim a disseminação do nome de São Roque para o resto do Brasil e do Mundo (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980). Contudo, sabe-se que esse era o objetivo das primeiras Festas, porém, com a gradativa diminuição da produção vinícola, a Feira tornou-se uma oportunidade de manter o setor em atividade.

A abertura da II Feira do Vinho foi realizada no dia 6 de julho de 1980 e contou com a presença de autoridades, apresentações musicais e pequeno público - justificado pela baixa publicidade. O Presidente da Comissão Organizadora da Feira do Vinho, Cel. Oduvaldo de Lima, discursou na abertura dizendo que ali estavam à venda os melhores vinhos de toda a região e que, além disso, a feira era uma amostra de tudo o que São Roque havia produzido no último ano, tanto que no pavilhão de exposições, além dos produtos vinícolas, o público poderia encontrar produções da indústria, do comércio e da agricultura de São Roque (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980).

Na II Feira do Vinho, os vinicultores esperavam vender mais de 10 mil litros de vinho, o dobro do comercializado na edição de 1979. Diferentemente do ano anterior, as barracas não se comprometeram a não vender os vinhos dos produtores que se negaram a participar, ou seja, todos os vinhos locais estavam presentes na Feira, mesmo que por terceiros. Os produtores dos vinhos Capuzzo disseram que essa revenda foi positiva, pois o visitante teve acesso aos produtos locais mesmo que não tenham sido comprados diretamente com o produtor (O CRUZEIRO DO SUL, 1980)⁶⁸.

Segundo a Comissão Organizadora, a II Feira do Vinho estava preparada e amplamente divulgada para atrair mais de 100 mil pessoas e as providências para o bom funcionamento do evento haviam sido tomadas com a instalação de três postos essenciais: um posto de serviço de pronto socorro, um do juizado de menor e um de segurança da polícia civil e militar (O DEMOCRATA, 1980).

⁶⁸ Nas barracas, os preços variavam entre Cr\$50 para os vinhos tintos e Cr\$70 para os vinhos licorosos e geropinga (O DEMOCRATA, 1980; O CRUZEIRO DO SUL, 1980; COELHO, 1980).

Visando angariar fundos para a construção do novo espaço, o ingresso da II Feira do Vinho foi de Cr\$10.000 e ela estava aberta todos os dias à noite e aos finais de semana desde a manhã. Assim como nas primeiras Festas do Vinho, os visitantes pagaram uma taxa e ganharam um caneco como ingresso e recordação (O CRUZEIRO DO SUL, 1980).

A estrutura do evento contava com mais de 70 barracas espalhas pelo recinto, além de exposições de arte, barracas de pratos típicos - principalmente o bacalhau na brasa⁶⁹-, parque de diversões e da cascata – cuja visitação era recomendada pela organização que pedia aos visitantes que não deixassem de apreciar a bela cascata e outras belezas naturais do Recinto Dr. Júlio Prestes. Durante II Feira do Vinho não havia, no interior do recinto, um restaurante que servisse aos visitantes e isso gerou algumas críticas por parte dos expositores que alegaram que a existência de um restaurante permitiria que os turistas passassem o dia todo na Feira (O CRUZEIRO DO SUL, 1980)⁷⁰.

Percebe-se que esta edição do evento tentou retomar elementos que remetessem às primeiras edições da Festa do Vinho, além do caneco, o Concurso de Vinhos voltou a ser realizado como forma de promoção da cidade e estímulo à participação dos vinicultores (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980).

Esperava-se para o encerramento da II Feira do Vinho de São Roque, assim como nas Festas do Vinho, grande número de visitantes no último dia. Nos últimos dias do evento, espalhava-se pela cidade o boato de que esta seria a última Feira do Vinho a realizar-se no Recinto Dr. Júlio Prestes, pois estava cada vez mais próxima a compra de um terreno para melhor acomodar o evento, atendendo adequadamente suas exigências e necessidades (O DEMOCRATA, 1980).

⁶⁹ Quando foi divulgada a programação e a estrutura da II Feira do Vinho de São Roque, o jornal Folha de São Paulo publicou uma matéria dizendo que a visita ao evento era fundamental, pois o vinho são-roquense trazia boas lembranças aos visitantes, mesmo aqueles que nunca vieram ao evento. Além disso, o acesso era fácil, pois havia diversos ônibus direto para São Roque e de carro o acesso poderia ser pelas Rodovias Raposo Tavares ou Castelo Branco. As recomendações do jornal terminaram dizendo que “O passeio é bom, perto e barato, a cidade é agradável, tem belas paisagens e vinhos baratos em abundância” (COELHO, 1980).

⁷⁰ O Restaurante Municipal estava instalado na Feira e servia lanches e refeições para os expositores e trabalhadores da Feira (O DEMOCRATA, 1980).

No dia do encerramento, 27 de julho, a cidade estava tomada pela multidão que foi descrita da seguinte forma:

A afluência, como afirmamos, foi surpreendente, o número de desordeiros presentes foi considerável e assim teve muita desordem, trombadores e outros marginais que tornaram a feira uma festa quase deprimente. Decididamente, o local não comportará mais realizações dessa natureza, que atrai sobretudo grande e insuportável número de veículos que não encontram lugar para estacionar. O recinto Dr. Júlio Prestes deve ser destinado a outros fins porque ali sua capacidade deteriorou-se (O DEMOCRATA, 1980).

Conforme esperado, o último dia da Feira recebeu grande número de visitantes. Segundo a organização, cerca de 50 mil pessoas visitaram o município no dia 27 de julho de 1980, chegaram à cidade mais de 500 ônibus e milhares de automóveis de diversas localidades. Mesmo a Comissão tendo divulgado que esperava 100 mil visitantes durante a Feira, esses 50 mil que estiveram presentes em um único dia registraram um recorde na história do evento, surpreendendo até os vinicultores mais otimistas (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980).

Se por um lado o evento foi marcado pelo público recorde, por outro houve “grandes falhas, não só de organização e estrutura como também pela falta de condições físicas da cidade em acolher com garantias e comodidade tão grande massa popular” (O DEMOCRATA, 1980).

A maior falha dizia respeito à polícia, pois não dispunha de efetivo suficiente para atender ao surpreendente público, outro ponto foi o programa de encerramento que não foi executado conforme anunciado e algumas atrações musicais não compareceram, deixando uma lacuna na programação. Além disso, muitos visitantes disseram que os preços foram abusivos na venda de lanches e bebidas em geral e a organização não tomou qualquer atitude para amenizar a situação. Ocorreram também casos de depredações em vários pontos da cidade e os moradores, principalmente no bairro do Junqueira, onde aconteceu a Feira, sentiram-se inseguros por causa das ações de vandalismo, furtos e atentados à moral praticados por grupos de turistas (O DEMOCRATA, 1980).

“Merece registro ainda, o fato de que a massa popular que ficou fora do Recinto era bem maior que a se encontrava no interior do mesmo. A falta de atrativos e o desinteresse de uma modesta exposição também foram motivos negativos” (O

DEMOCRATA, 1980). Esse grande número de visitantes que ficou ao lado de fora do Recinto Dr. Júlio Prestes ocasionou uma série de problemas aos comerciantes locais, pois a demanda por determinados produtos era maior do que os comércios tinham a oferecer, por esse motivo, pequenos grupos praticaram vandalismo nesses empreendimentos, e então alguns donos de comércio decidiram fechar as portas no meio da tarde (O CRUZEIRO DO SUL, 1980).

Vale a ressalva que a partir do retorno de alguns vinicultores para o evento, a Feira do Vinho passou a ser constantemente confundida com a Festa do Vinho, inclusive nas publicações na mídia impressa da época. Na segunda edição da Feira do Vinho, o que a diferenciava da Festa do Vinho era que quem organizava a Feira era a Prefeitura Municipal de São Roque, enquanto a Festa era organizada por uma comissão de vinicultores.

Já em 1981, diferentemente das Feiras do Vinho de 1979 e 1980, os vinicultores voltam a participar completamente do evento, dando fim ao atrito entre eles e a Prefeitura - que levou a transformação das Festas do Vinho em Feiras do Vinho. A Prefeitura Municipal de São Roque, representada pelo COMTUR, continuou na organização, mas contou com o apoio de uma Comissão Organizadora composta por membros do poder público municipal, do COMTUR e alguns representantes dos produtores vinícolas (O CRUZEIRO DO SUL, 1980; O DEMOCRATA, 1980). Desta forma, com a criação da Comissão Organizadora, a Feira do Vinho assemelhava-se cada vez com as Festas do Vinho, enquanto que a única coisa que as diferenciava era a participação da Prefeitura Municipal de São Roque.

Após o caótico encerramento da II Feira do Vinho, o Prefeito Quintino de Lima se esforçou para que os vinicultores retornassem ao evento, pois temia que ele fosse descaracterizado e que com isso houvesse queda no público. “Agora, porém, os produtores estavam preocupados com os rumos que a feira tomava e com medo da profanação da tradição são-roquense, então eles entraram em acordo com o prefeito e garantiram a participação na festa este ano” (O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

O Prefeito garante que a III Feira do Vinho será um sucesso e diz que “na época que assumimos a Festa do Vinho, a imprensa comentou o assunto colocando-me no banco dos réus e fazendo dos vinhateiros as vítimas, como se tivéssemos tomado de assalto a Festa, mas não foi nada disso”, [...]

“conhecíamos a Festa desde que foi feita pela primeira vez e sabíamos de tudo o que acontecia por trás dos bastidores. Hoje entretanto, em comum acordo com os vinhateiros, a Feira tende a eternizar a tradição de São Roque” (O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

Nessa situação, o Prefeito e os vinicultores concordavam que o recinto Dr. Júlio Prestes estava inadequado para o público que a Feira atraía, a cidade ficava pequena, as ruas eram estreitas e não havia estacionamento suficiente, este cenário se mantivesse a Feira do Vinho poderia ser suspensa (O CRUZEIRO DO SUL, 1981). Para que isso não acontecesse, em janeiro de 1981 o Prefeito enviou um projeto para a Câmara Municipal de São Roque solicitando a desapropriação de uma área de 5 alqueires, fora do perímetro urbano, para construção de um novo recinto para o evento. Porém em janeiro, o poder público e os vinicultores ainda estavam brigados e sem o apoio dos produtores o projeto foi vetado na Câmara, entretanto após fazerem as pazes um novo projeto foi enviado, adicionando o pedido de um galpão para os vinicultores no Recinto Dr. Júlio Prestes, onde pretendiam realizar outras exposições durante o ano (O CRUZEIRO DO SUL, 1981; O DEMOCRATA, 1981) - esse fato evidência a incontestável influência política da classe dos vinicultores naquela época.

A III Feira do Vinho de São Roque inaugurou-se no dia 5 de julho de 1981 e funcionava aos finais de semana com a cobrança do ingresso que custava Cr\$50,00 (O DEMOCRATA, 1981). Segundo a Comissão Organizadora, a feira estava preparada para receber 150 mil pessoas durante sua realização, superando os 100 mil do ano anterior (O CRUZEIRO DO SUL, 1981). Nota-se que apesar dos transtornos causados pelo grande público no ano de 1980, os organizadores continuavam tentando atrair mais visitantes, por isso, em 1981, eles instituíram um tema à Feira: a imprensa (O DEMOCRATA, 1981).

Nessa edição do evento os vinicultores estavam completamente à frente das barracas, vendendo vinho diretamente aos visitantes a preços mais vantajosos, pois nas duas primeiras edições do evento outros comerciantes terceirizavam a venda da bebida, o que exigia que fossem cobrados os preços do mercado (O CRUZEIRO DO SUL, 1981). Além disso, a fim de evitar os abusos que aconteceram no ano anterior, o

Sindusvinho elaborou uma tabela de preços⁷¹ que estava afixada por toda a Feira para garantir um valor justo a quem comprava diretamente do produtor (O CRUZEIRO DO SUL, 1981).

Os vinicultores esperavam vender 5 milhões de litros de vinho nessa edição do evento e enfatizavam que o destaque seria a qualidade dos vinhos produzidos pelas 36 adegas do município, decorrente da boa safra (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981). Sobre isso, o proprietário da Vinícola Capuzzo disse:

Tivemos uma produção um pouco menor, mas com qualidade bastante superior dos últimos anos. Vale dizer, que acabamos de produzir o melhor vinho do Brasil, quem não acredita que venha conferir (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981).

Até o dia 18 de julho de 1981, 10 mil pagantes haviam visitado a Feira e os organizadores acreditavam que as boas condições climáticas previstas para o restante do mês ajudariam a atrair mais visitantes para as semanas subsequentes, além das paisagens são-roquenses, da qualidade dos produtos vinícolas e da hospitalidade dos moradores locais (O DEMOCRATA, 1981).

Uma semana depois, a bilheteria do evento já registrava 30 mil visitantes e nessa mesma data o jornal local “O Democrata” publicou o resultado de uma pesquisa feita entre um grupo de turistas. Para o grupo transparecia que a intenção da Feira era tornar-se um centro de exposições dos produtos de São Roque, mas o que perceberam foram barracas malcuidadas e sujas, destoando do objetivo do evento. Foram feitas severas críticas à imagem e a falta de higiene das barracas, além dos preços abusivos dos expositores – mesmo com a tabela do Sindusvinho-, da falta de restaurante para os visitantes, falta de acomodações, presença de visitantes mal-educados e mal intencionados e um recinto cheio de pó e sem manutenção. O grupo salientou também que a cidade de São Roque não possuía estrutura para acomodar os visitantes, pois faltavam hotéis e restaurantes (O DEMOCRATA, 1981). No entanto, na mesma semana o jornal “O Estado de São Paulo” publicou que São Roque além de belas paisagens,

⁷¹ Os valores variavam de acordo com o tipo de vinho e iam de Cr\$130,00 a Cr\$170,00 (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981).

clima agradável e abundância de vinho possuía bons restaurantes e hotéis que estavam prontos para atender aos visitantes da Feira (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981).

Mesmo com todas essas críticas, a III Feira do Vinho contou muitas atrações: além das 36 barracas vinícolas, havia outros expositores diversos, barracas de comida, parque de diversões, exposições, *shows* diários com artistas populares e cinema 180 graus (O CRUZEIRO DO SUL, 1981; O DEMOCRATA, 1981; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981)⁷². A principal novidade desta edição do evento foi o funcionamento da barraca dos vinhos Caeté que oferecia degustação de seus produtos (O DEMOCRATA, 1981). Quando as Festas eram realizadas no Largo dos Mendes encontravam-se muitas barracas desse tipo, mas haviam sido extintas. Porém, a partir do resgate das barracas de degustação, o visitante pode, até os dias de hoje, provar diversos produtos além de compra-los.

O último final de semana da III Feira do Vinho⁷³ - dias 1 e 2 de agosto de 1981 - foi marcado pela presença de centenas de ônibus e carros procedentes dos mais diversos pontos da capital e do interior do Estado de São Paulo (O CRUZEIRO DO SUL, 1981; O DEMOCRATA, 1981; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981). O trânsito pelos arredores do Recinto estava impossível e completamente caótico, enquanto que os bares, restaurantes e padarias estavam lotados de visitantes. Para Comissão Organizadora essa movimentação no último final de semana do evento servia para evidenciar que a festa e o vinho são fortes motivos para o visitante deslocar-se à São Roque e por isso o morador local deveria orgulhar-se (O DEMOCRATA, 1981).

⁷² Algumas atrações foram divulgadas no jornal local: espetáculo de rock, apresentação teatral de Chico Picadeiro, *show* de um grupo são-roquense, *show* de Sonia Maya e Claudio Maria, festival de música sertaneja com *show* de viola, apresentação de capoeira e *show* de Jerry Adriani, *show* de viola com duplas e trios sertanejos da região, *show* de Martinho Paulo Henrique com participação do grupo são-roquense Super Som. O tradicional *show* de calouros aconteceu na sexta-feira, dia 30, e contou com patrocínio de diversas lojas locais e distribuição de brindes e prêmios para o público e para os calouros participantes (O DEMOCRATA, 1981). O que mais se destacava nas divulgações da programação era a ênfase que se dava a distribuição de brindes, a *shows* populares de artistas famosos na época e a presença de bailarinas, cada artista que se apresentava com bailarinas ganhava uma resenha sobre o assunto no jornal local.

⁷³ A programação do último final de semana contou com o *show* de Paulo Henrique, de Fred Rowela e bailarinas, Ely Correa, Carlos Neto, Red Wagner junto com o Conjunto Super Som 6/81. O encerramento teve sorteios e as apresentações de Zé da Mata e Pé de Cedro e de Jaó Paulista e Laurentino, além do *Show* de Calouros que foi apresentado no programa de televisão “*Show da Viola*”, transmitido direto da Feira (O DEMOCRATA, 1981).

Após o termino do evento contabilizou-se um público pagante de 52.785 pessoas e durante o período de sua realização - de 5 de julho a 2 de agosto de 1981 - São Roque recebeu mais de 80 mil visitantes (O DEMOCRATA, 1981). A Feira apresentou muitas falhas, algumas já haviam sido apontadas nas edições anteriores, tais falhas acabaram

[...] desagradando de maneira geral aqueles que visitaram a referida mostra e nela procuravam encontrar algo mais que meras e anti-higiênicas barracas, um pavilhão de exposição acanhado e longe da realidade potencial industrial do município de São Roque (O DEMOCRATA, 1981).

A oposição política do prefeito da época publicou uma matéria no jornal local “O Democrata” intitulada “Festa do Vinho: sem mentiras e sem censura”. Nela os autores contabilizam que, em toda a cidade de São Roque, apenas 3 bares abriram, eles tiveram 15% de lucros com vendas e 30% de prejuízo com danos e furtos. Os restaurantes e as farmácias estavam todos fechados, os moradores locais que necessitassem de algum desses serviços precisavam ir para as cidades vizinhas como Mairinque e Alumínio. Os hospitais estavam lotados, o trânsito nas estradas estava desordenado e os 30 policiais que trabalhavam atenderam mais de 500 ocorrências, entre elas, assaltos, furtos, tiroteios, invasões a domicílios e socorro a 8 vítimas (O DEMOCRATA, 1981).

O evento foi chamado, pelos autores da reportagem, de “Guerra do Vinho” e foram desmentidas as afirmações de que São Roque teria policiamento extra, apoio do exército, barraria a entrada de tantos ônibus, entre outras providências que a organização disse ter tomado. Afirmava-se, mais uma vez, que a cidade de São Roque não estava preparada para receber o público da Feira, principalmente do último domingo, pois “estar preparada” ia muito além do Recinto Dr. Júlio Prestes, envolvia também os estabelecimentos por toda a cidade, uma vez que o fluxo de visitantes não se limitava ao espaço de realização da Feira (O DEMOCRATA, 1981).

O cenário retratado nessa reportagem mostra que a cidade viveu dias caóticos, com estabelecimentos fechados e toque de recolher, onde a população estava amedrontada diante da onda de crimes que aconteciam pela cidade, os quais a polícia não conseguia controlar. A sugestão dos autores era clara: a suspensão do evento, pois, para eles, o festejo só beneficiava uma minoria e pelo bem-estar da comunidade são-roquense ele deveria ser cancelado (O DEMOCRATA, 1981).

É inquestionável que o grande fluxo de visitantes que a cidade recebia trazia diversos problemas, mas deve-se considerar que alguns desses poderiam acontecer mesmo sem a presença dos visitantes. Inclusive, alguns dos crimes comentados pela reportagem citada foram praticados por são-roquenses se aproveitaram do descontrole na cidade para cometer delitos.

Todos esses problemas causados na III Feira do Vinho levaram à discussões sobre a vinicultura são-roquense, questionando-se se ela estaria em decadência e se haveria futuro para a atividade. A vinicultura ainda possuía destaque entre as principais atividades econômicas do município, mas a cada ano a produção e o número de produtores diminuía.

Segundo o engenheiro Nerzon Nogueira de Barros, do Posto de Análise de Bebidas de São Roque, órgão que era ligado ao Ministério da Agricultura, a produção de vinhos no município tinha sofrido uma redução de 50% desde 1975, se prosseguisse neste ritmo, até 1987 a produção cairia à zero (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981). Por outro lado, os produtores não acreditavam no fim da tradição, embora ressaltassem as dificuldades que enfrentam todos os anos: as terras estavam mais caras, era difícil conseguir mão de obra, além do lento retorno dos investimentos. Por causa dessas dificuldades, os produtores diziam que “não há quem queira investir no ramo a não ser quem já faça isso”. Achava-se também que os velhos vinicultores continuariam na atividade por mais alguns anos, mas sempre com pequena produção e nunca com a pretensão de voltar a dominar o mercado (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1981).

Em 1982 realizou-se a IV Feira do Vinho, a inauguração foi no dia 11 de julho e, em seu discurso de abertura, o deputado José Camargo pontuou as contribuições do setor vinícola para o desenvolvimento local e disse que apresentou reivindicações do setor junto ao Ministério da Agricultura, afirmou também que em suas viagens testemunhou a boa fama dos produtos vinícolas são-roquenses (O DEMOCRATA, 1982).

Desde a abertura da Feira até o dia 17 de julho, o evento havia recebido um público abaixo da média esperada, os organizadores atribuíram essa situação à Copa do Mundo de Futebol FIFA 1982 (O DEMOCRATA, 1982). Sempre que uma edição causava muitos problemas, no ano seguinte o público diminuía drasticamente e,

coincidentemente, eram anos de Copa do Mundo e isso era usado como argumento para a baixa movimentação, e não os problemas da edição anterior.

Para incentivar a visita à Feira, o presidente do COMTUR, Henrique de Gaspri, deliberou a entrada gratuita aos sábados, com distribuição de senhas na portaria, essa atitude foi muito elogiada, assim como a disponibilização de restaurante para os visitantes. Outros elogios foram direcionados à toda a Comissão Organizadora por ter melhorado a aparência das barracas - que passaram a ser alvenaria – apresentando-as com mais higiene e conforto, inclusive houve premiações para as barracas mais bem montadas (O DEMOCRATA, 1982).

A IV Feira do Vinho contava com o pavilhão de exposições, diversas barracas, parque de diversões, restaurante com serviço de rodízio e ampla programação com atrações muito populares⁷⁴ (O DEMOCRATA, 1982). Nota-se que nesta edição várias barracas já ofereciam a degustação, enquanto no ano anterior apenas uma vinícola fazia isso.

Essa edição do evento foi mais divulgada do que as anteriores, pois o Banco Bradesco, em apoio, confeccionou os cartazes que foram espalhados por todas as agências de viagens da região e da capital. Aconteceram também diversos anúncios no rádio e na televisão. Aliás, segundo a Comissão Organizadora, a visibilidade alcançada através da divulgação do evento na televisão foi o diferencial dessa edição da Feira⁷⁵ (O DEMOCRATA, 1982).

A Feira encerrou-se no dia 01 de agosto de 1982, quando também foram divulgados os vencedores do Concurso de Melhores Barracas e a Rainha dos Violeiros⁷⁶

⁷⁴ Aos finais de semana, o Recinto Dr. Júlio Prestes apresentava programações desde a manhã até a noite. Todas as segundas, terças e quartas-feiras aconteciam as eliminatórias do *show* de talentos e apresentações de música sertaneja. No dia 17 de julho, durante a tarde teve *show* de Wanderley Cardoso, a noite foi a vez de Ary Sanches e Sônia Maya. No dia 24 teve apresentação do grupo sambista de Djalma Pires e do grupo Musical Sistema. No dia 29, Almir Rogério se apresentou com seu sucesso “Fuscão Preto”. Na sexta-feira, dia 30, foi a final do programa de calouros (O DEMOCRATA, 1982).

⁷⁵ A Comissão Organizadora participou do programa Festa Baile, no canal 2, onde a Feira do Vinho foi muito divulgada. A Tv Globo falou muito de São Roque e do evento - que foi pauta de telejornais. No dia 10 de julho a emissora entrevistou o prefeito Maya e o presidente do COMTUR, Henrique Gaspri, onde a principal pauta foi a Feira do Vinho. O canal 4, TVS, mostrou a Feira do Vinho, no dia 16 de julho, durante o programa “O povo na tv”, onde o prefeito e o presidente do COMTUR também foram entrevistados, assim como no programa do apresentador Ferreira Neto (O DEMOCRATA, 1982).

⁷⁶ Esse concurso surgiu como uma tentativa de resgate aos famosos Concursos de Rainha da Festa do Vinho, porém não obteve sucesso e por isso não voltou a ser realizado.

foi coroada (O DEMOCRATA, 1982). A Comissão Organizadora da IV Feira do Vinho foi muito elogiada pela organização, pelas barracas, pelo restaurante, pela gratuidade do ingresso aos sábados, pelas atrações e pelos artistas que se apresentaram. Foi dito que neste ano a Feira atingiu seus reais objetivos (O DEMOCRATA, 1982).

Não se verificou grandes problemas na Feira de 1982, tanto que a mídia impressa da região não publicou reportagens sensacionalistas como em anos anteriores, não especularam o fim do evento, não entrevistaram visitantes que apontassem os defeitos da Feira e etc. Ao que indica os acervos dos jornais da época, essa foi a edição mais tranquila do evento, onde os erros dos anos anteriores foram cuidadosamente corrigidos, como por exemplo, o restaurante e as apresentações das barracas.

A V Feira do Vinho de São Roque realizou-se no ano de 1983 e apresentou algumas inovações em suas formas de divulgação. A primeira delas é que, antes do evento, a Comissão Organizadora e mais alguns representantes dos vinicultores ofereceram um churrasco para toda a imprensa do Estado de São Paulo, aproveitando-se da ocasião para entregarem uma publicação com a história da cidade e sua evolução vitivinícola, além de um informativo sobre o turismo na cidade. Após o churrasco, toda a imprensa manifestou-se ansiosa para o evento que crescia a cada ano e que na última edição tinha se mostrado mais estruturado e com melhores atrações, segundo a Comissão Organizadora era “tudo para reerguer a fama do vinho de São Roque e tudo mais que possa beneficiar o turismo local” (O DEMOCRATA, 1983). Outra forma de divulgação foi a propaganda nos programas de TV, no ano anterior isso também aconteceu, porém naquela ocasião as emissoras procuraram a organização querendo o evento como pauta, já em 1983 a comissão trabalhou em conjunto com as redes de televisão e, conseqüentemente, o evento esteve mais presente em tais programas (O DEMOCRATA, 1983).

A divulgação da V Feira do Vinho anunciava que as 35 adegas do município estariam expondo “vinhos saborosos e artesanais, feitos com métodos que vem sendo passado de pais para filhos há quase um século” (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983). A Comissão Organizadora dizia que a produção no município era artesanal e heterogenia, porque cada vinícola tinha sua forma de produção baseada nos costumes herdados de sua família. Por isso, a maior preocupação dos vinicultores são-roquenses

era manter a tradição e a qualidade de seus produtos. Sobre isso, um representante dos vinhos Capuzzo disse que “a preocupação é fazer com que o consumidor possa identificar nosso produto ao toma-lo. Daí porque a tradição é importante e tem que ser mantida” (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983).

A inauguração do evento realizou-se no dia 10 de julho (O DEMOCRATA, 1983; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983) e além da solenidade de abertura, apresentou uma bonita homenagem às famílias vitivinicultoras mais tradicionais, destacando todo o trabalho e dedicação deles ao desenvolvimento desse setor (O DEMOCRATA, 1983). O ingresso da Feira de 1993 custava Cr\$250,00 e dava direito a um caneco e uma dose de vinho como brinde, ação que era realizada nas primeiras Festas do Vinho e que os visitantes pediam o retorno (O DEMOCRATA, 1983).

Nesse ano, a Feira contou com programações paralelas, festa sertaneja, apresentações populares e *shows* variados (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983)⁷⁷. A estrutura envolvia 40 barracas vinícolas que ofereciam toda a variedade da produção local e os pontos fortes eram o vinho tinto tipo *lambrusca*, de origem italiana, e a bagaceira, uma espécie de cachaça de uva⁷⁸. No Recinto Dr. Júlio Prestes funcionava um restaurante montado para atender aos visitantes – conforme demanda apresentada nas edições anteriores - e também o parque de diversos. O pavilhão de exposições foi elaborado sob os cuidados especiais de José Carlos Dias Bastos (Zé do Nino) e pretendia mostrar o potencial do comércio, da indústria e da agricultura de São Roque (O DEMOCRATA, 1983; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983; BASTOS, 2014).

O ponto alto dessa edição do evento foi o encerramento, realizado no dia 31 de julho de 1983, que contou com uma homenagem à raça negra. Houve diversas manifestações musicais e literárias, além de apresentações da culinária, dos trajes

⁷⁷ De segunda a sexta só havia programação a noite: as quartas eram noite sertanejas, as quintas eram *shows* de calouros comandados pela Rádio Universal e pela Publisom e as sextas eram noites temáticas (espanhola, português e italiana). Aos sábados a programação começava às 15h, no dia 16 teve samba, no dia 23 *show* das Patotinhas e no dia 30 *show* dos Cow-Boys. Aos domingos a programação começava pelas manhãs com concertos matinais, perto da hora do almoço tocavam samba e mpb e a noite grandes *shows* populares, no dia 17 foi a apresentação da banda Genghis Khan (O DEMOCRATA, 1983).

⁷⁸ O preço médio dos produtos nas barracas era de Cr\$400 a Cr\$600 o litro (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983).

típicos e dos costumes negros (O DEMOCRATA, 1983; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1983; BASTOS, 2014)⁷⁹. A justificativa para escolha desse tema foi que, segundo a Comissão Organizadora, não existiria qualquer cultura nacional sem a cultura negra (O DEMOCRATA, 1983).

Mais uma vez, o bom tempo foi apontado como um dos fatores que ajudou a atrair visitantes. Desde a manhã estiveram presentes muitas viaturas para reforçar a segurança e inúmeros ônibus de turistas, tanto que antes das 10h as vias de acesso ao Recinto Dr. Júlio Prestes já estavam bloqueadas. Estavam previstos cerca de mil ônibus, mas segundo a Comissão Organizadora esse número foi ultrapassado. As principais origens desses ônibus eram: Rio de Janeiro, Niterói, Miguel Pereira, Ouro Fino, Belo Horizonte e outras pequenas cidades mineiras, ABC, Santos, Guarulhos, São Vicente e, a grande maioria, de São Paulo (O DEMOCRATA, 1983).

Durante o encerramento a Comissão Organizadora foi constantemente elogiada, principalmente pelo pavilhão de exposições, que estava mais alegre e decorado, e também pela qualidade dos *shows* contratados. As autoridades destacaram que as famílias são-roquenses estiveram mais presentes nessa edição do evento, fator este considerado, por eles, muito importante para a manutenção da tradição local (O DEMOCRATA, 1983).

Dessa forma, assim como a IV Feira do Vinho, a V edição foi bastante pacífica, não houve notícias sobre os problemas causados pelo grande público ou por falhas na organização e isso pode ter contribuído para maior participação dos são-roquenses no evento, pois até 1981 as Festas e Feiras do Vinho estavam sendo noticiadas como um ambiente bagunçado e a presença descontrolada dos visitantes amedrontava a população. Por isso, com a significativa melhora nas edições de 1982 e 1983, notou-se a maior frequência no morador local.

⁷⁹ No dia do encerramento aconteceram apresentações de capoeira e de danças folclóricas, teatro popular com o grupo Solano Trindade. Estiveram presentes muitos escritores e poetas negros que revenderam seus livros durante o encerramento da Feira. Enquanto isso, no palco, Roque Boschetti da Rádio Universal, manteve animados programas de auditório com entrega de muitos brindes. A noite houve apresentação da cantora popular Sonia Santos. Pelo Recinto Dr. Júlio Prestes estavam espalhadas várias barracas de pratos afro-brasileiros como vatapá, moquecas e acarajé, servidos pelas baianas trajadas a caráter (O DEMOCRATA, 1983).

Em setembro de 1983 a cidade de São Roque inaugurou o Espaço Turístico que era mantido pela Secretaria de Estado de Esportes e Turismo e estava localizado no saguão do seu prédio, no centro de São Paulo. Esse era um espaço de exposição permanente onde os municípios paulistas se revezavam para expor seus produtos turísticos. São Roque expôs e vendeu vinhos, artesanatos, doces caseiros e produtos industriais locais (O DEMOCRATA, 1983).

Todos os anos, a partir de março, aconteciam as reuniões de planejamento entre representantes da Prefeitura de São Roque e o Sindusvinho para que fossem ajustados alguns pontos para que a Feira atendesse aos objetivos e interesses dos envolvidos e da cidade. Nessas reuniões determinavam-se os membros da Comissão Organizadora e também quais seriam as formas de divulgação, as marcas e cartazes que representariam a edição (O DEMOCRATA, 1984).

3.4 O RETORNO DA FESTA DO VINHO

Em 1984 criou-se a empresa Festa do Vinho de São Roque Sociedade Civil Ltda e foi através dela que os vinicultores voltaram a coordenar o evento. Desde 1979 era a Prefeitura de São Roque que o dirigia, por isso passou-se a chama-lo de Feira do Vinho, e a partir de 1984, com o retorno da coordenação dos vinicultores, o festejo voltou a ser nomeado de Festa do Vinho. Dessa forma, a Festa do Vinho foi coordenada pela Sociedade Civil e organizada pela Comissão Organizadora, composta por vinicultores e por pessoas interessadas na viticultura são-roquense (O DEMOCRATA, 1984)⁸⁰.

Nessa nova fase, a Festa do Vinho de São Roque não foi numerada sequencialmente como vinha sendo feito, até porque não se sabia se em 1984 seria a XXVIII Festa do Vinho, já que em 1978 aconteceu a XXVII Festa do Vinho, ou se seria a XXXIII Festa do Vinho, considerando as Feiras como edições do mesmo evento. Diante deste obstáculo, passou-se a referir-se às Festas pelo ano em que se realizaram, por isso em 1984 aconteceu a Festa do Vinho – 84 (O DEMOCRATA, 1984).

⁸⁰ No dia 25 de abril de 1984 saiu uma portaria autorizando a Festa do Vinho de São Roque Sociedade Civil a usar o Recinto Dr. Júlio Prestes (O DEMOCRATA, 1984).

Uma das inovações apresentadas nessa edição do evento foi que haveria uma empresa responsável pela promoção e execução da Festa, a Beleu Empreendimentos e Promoções. A Comissão Organizadora decidiu pela contratação desta, pois ela apresentou uma pesquisa que mostrava que o paulistano sentia falta de opções de entretenimento na Festa: eles achavam que existia pouca oferta de *shows* e de outras atividades, principalmente durante o dia, pois os grandes *shows* aconteciam a noite e nesse período a grande maioria dos visitantes, em especial os excursionistas, já tinham ido embora. Esperava-se, com a contratação da empresa, atender as expectativas de entretenimento do público, com muitas atrações durante todo o dia e direcionadas para todas as idades e sexos. A Comissão Organizadora acreditava que se o visitante estivesse entretido permaneceria mais tempo na Festa e consumiria mais (O DEMOCRATA, 1984).

A abertura da Festa do Vinho-84 realizou-se no dia 08 de julho de 1984, seguida do *show* da cantora Gretchen, durante a tarde, que foi o auge da programação desse dia. A data também foi marcada pelo público recorde em inauguração, calcula-se que tenham passado mais de 9 mil pessoas (O DEMOCRATA, 1984).

Para essa edição da Festa, o Recinto Dr. Júlio Prestes foi decorado como um grande circo, onde as recepcionistas estavam vestidas de palhaças, as barracas entraram no clima e havia atividades circenses interagindo com os visitantes (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984). O espaço contava ainda com um grande restaurante para atender aos visitantes, estacionamento, palco e diversas barracas e *stands* oferecendo vinhos. Os organizadores apostavam também no sistema de som interno, batizado de Rádio Alegria, que transmitiria as atividades que aconteciam no palco para todo o evento (O DEMOCRATA, 1984). A Comissão Organizadora afirmava que tudo tinha sido projetado para que o visitante não ficasse sem opções dentro da Festa (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984).

Os *stands* vendiam vinham doces, considerados a especialidade da região, vinhos lambrusco tinto, geropinga e, aos que preferiam, licores⁸¹ (O ESTADO DE SÃO

⁸¹ Os vinhos custavam de Cr\$ 1000,00 a Cr\$ 1500,00 e os licores custavam de Cr\$ 2000,00 a Cr\$3000,00 (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984).

PAULO, 1984). Nessa época as marcas de vinhos são-roquenses já eram conhecidas e muitos visitantes as reconheciam nos *stands* (O DEMOCRATA, 1984).

Elogiou-se muito a programação por ter apresentado novidades, a começar pelas atrações voltadas ao público infantil – até então o parque de diversões era a atividade para esse público – que foram bem aceitas pelos visitantes, assim como os *shows* de calouros, noites sertanejas e os habituais *shows* com artistas populares na época⁸². Além disso, o evento foi transmitido em programas de televisão e pelas emissoras de rádio (O DEMOCRATA, 1984).

A fim de envolver os moradores são-roquense, a organização convidou-os para participar do *show* de calouros que premiava com Cr\$ 100.000,00 o primeiro lugar e com Cr\$ 50.000,00 o segundo colocado, além de prêmios de participação. As garotas da cidade foram convidadas para se candidatarem à recepcionistas do evento - cargo esse de muito prestígio na época. Os artistas da região puderam se inscrever para participar do Programa Regional que objetivava valorizar e estimular o artista local (O DEMOCRATA, 1984).

O evento foi considerado, pela mídia local, um sucesso, em virtude da contratação da empresa Beleu Empreendimentos que realizou muitas gincanas, jogos, concursos, brincadeiras, distribuição de prêmios e brindes, e o sorteio de um carro 0km no encerramento da Festa (O DEMOCRATA, 1984).

Durante a Festa do Vinho-84, entre os dias 25 e 29 de julho, a cidade de São Roque esteve novamente exposta no Espaço Turístico da Secretaria de Estado de Esportes e Turismo. Essa foi a segunda vez que o município participou e a data foi escolhida por causa da Festa do Vinho, por isso serviu como uma forma de divulgação e promoção do evento. A Prefeitura era quem coordenava esse projeto e, nesse ano, mandou representantes vinícolas para montarem no espaço uma “cantina típica de vinhos” com decoração, apresentações musicais, personagens com trajes a caráter e abundância de vinho (O DEMOCRATA, 1984).

⁸² Os *shows* infantis foram: Juninho Bill, Algodão Doce e As Dengosas. Para o público geral aconteceram apresentações dos artistas: Donizette, Grupo Coisa Nova, Iberê do Morro, Vovó Mafalda, Rádio Taxi, Lilian, João “amor cigano” Marcel, Jair Rodrigues, Martinha, Adriano, A Patotinha, Ângelo Maximo, Black Junior. Além disso, a Festa do Vinho-84 contou a participação de Raul Gil, Sergio Malandro, Barros Alencar, Bolinha, Carlos Aguiar e Goulard de Andrade (O DEMOCRATA, 1984).

A Comissão Organizadora da Festa do Vinho esperava receber um público de 200 mil pessoas, porém, até o encerramento do evento no dia 29 de julho, haviam sido contabilizados 35.000 visitantes – entre eles representantes de diversos estados e alguns estrangeiros - e quase 200 ônibus (O DEMOCRATA, 1984; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984).

Mais uma vez, após o encerramento da Festa do Vinho, a imprensa não noticiou qualquer registro sobre perturbações causadas pela presença dos turistas ou pelo excesso de álcool (O DEMOCRATA, 1984; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1984).

Para manter as boas impressões causadas em 1984, a organização da Festa do Vinho-85 começou com uma divulgação maçante, meses antes do evento, que envolvia agências de turismo de diversos estados brasileiros⁸³ (O DEMOCRATA, 1985).

Durante a segunda semana do mês de junho, os paulistanos tiveram uma amostra do que seria a Festa do Vinho-85, pois, mais uma vez, a cidade esteve no “Espaço Turístico”. Também em junho de 1985, antes da inauguração da Festa do Vinho-85, os vinicultores são-roquenses estiveram presentes em diversas exposições e feiras, onde serviam produtos locais e divulgavam o evento que estava para acontecer em São Roque (O DEMOCRATA, 1985). Como em anos anteriores, a mídia televisiva também colaborou com a divulgação do evento ao torna-lo pauta de seus programas e ao entrevistar os organizadores (O DEMOCRATA, 1985).

Novamente, a Festa do Vinho foi organizada pela Festa do Vinho de São Roque Sociedade Civil Ltda que enfatizava que o evento estava completamente preparado e que o Recinto Dr. Júlio Prestes, área com 20 mil m², tinha infraestrutura para receber até 200 mil visitantes. A Comissão Organizadora afirmou também que a Festa contaria com um rigoroso sistema de segurança e policiamento permanente, além do posto de saúde dentro do recinto, e policiamento rodoviário, montado em um esquema especial, nas estradas para facilitar o trânsito e garantir a segurança de quem iria ao evento. Uma das companhias de ônibus responsáveis pelas viagens de São Roque a São Paulo

⁸³ O banco Itaú colaborou com a confecção de placas, folhetos e cartazes que foram enviados para agências de turismo de todo o Estado de São Paulo e algumas do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, entre outros estados que sempre mandavam excursões. A Comissão Organizadora disse que, além do banco, outros comércios de São Roque ajudaram na divulgação do evento (O DEMOCRATA, 1985).

elaborou um horário alternativo para atender aos usuários durante ao período da Festa (O DEMOCRATA, 1985; TOMAZELA, 1985).

A inauguração da Festa do Vinho-85 aconteceu no dia 7 de julho, onde o Prefeito Mario Luiz, em seu discurso de abertura, defendeu que ao longo desses 43 anos, as Festas do Vinho se tornaram um dos maiores eventos de massa do Brasil. O vinicultor e presidente da Comissão Organizadora, Mauro Antônio de Goês, também discursou e destacou a tradição da Festa, lamentando a redução do número de adegas do município e atribuindo a isso a especulação imobiliária, a ausência de mão de obra e a falta de apoio do poder público à pequena indústria (LIMA, 1985; O DEMOCRATA, 1985; TOMAZELA, 1985).

O bom público que esteve presente na abertura proporcionou um clima de otimismo entre os membros da Comissão Organizadora que estavam ansiosos para exibir o pavilhão de exposições que foi montado e decorado por Lucino de Lima, Vasco Barioni, Paulo Rocha e Zé do Nino que, juntos com o vinicultor José Dias Batista, cuidaram também dos enfeites na entrada da Festa que era uma homenagem ao deus Baco (O DEMOCRATA, 1985).

A Festa do Vinho-85 esteve todos os dias, de segunda a sexta apenas a noite e aos finais de semana, o dia todo. O sistema de cobrança de ingressos em 1985 foi modificado: o valor cobrado aos finais de semana era diferente e de segunda a sexta a entrada era gratuita. Aos sábados, o ingresso era Cr\$ 2000,00 e aos domingos, Cr\$ 3000,00, ambos com direito a concorrer a sorteios e brindes (O DEMOCRATA, 1985).

A Festa do Vinho-85 dispôs de várias barracas de comida e entre elas encontrava-se a oferta do tradicional bacalhau na brasa que depois de anos no esquecimento retornou ao evento⁸⁴ (TOMAZELA, 1985). Dentro do recinto, além das barracas de comida, havia também 50 barracas vinícolas e outras de artesanatos, doces e etc., o parque de diversões, um restaurante à serviço dos visitantes e o pavilhão de

⁸⁴ O bacalhau na brasa se tornou tradicional porque estava presente nas primeiras Festas, por causa dos vinicultores de origem portuguesa, apesar de ser considerado tradicional, o prato havia sido esquecido por alguns anos e só em 1985 voltou a ser ofertado na Festa do Vinho (O DEMOCRATA, 1985).

exposições onde encontrava-se uma amostra de tudo o que São Roque produziu naquele ano⁸⁵ (O DEMOCRATA, 1985).

Para diversificar a oferta de produtos na Festa, algumas vinícolas começaram a produzir coquetéis de pêssego e morango, onde a base era o vinho branco licoroso, aliás, este era o produto vinícola mais popular entre as adegas são-roquenses, porém o mais vendido era o tinto suave. Os vinhos licorosos eram apontados com “o genuíno vinho de São Roque” (O DEMOCRATA, 1985; TOMAZELA, 1985).

O vinho licoroso é fabricado com uva Niagra e é cultivado no distrito de Canguera, inclusive em enciclopédias francesas, especializadas em vinho, os vinhos licorosos tem sua origem relacionada à cidade de São Roque (O DEMOCRATA, 1985).

Diante da diversificada programação⁸⁶, a Comissão Organizadora esperava receber mais de 100 mil pessoas no encerramento do evento, as agências de turismo que foram foco da divulgação antecipada haviam confirmado mil excursões para o dia 28 de julho. Para atender a esse público, a organização pediu para que os bares e restaurantes da cidade, além das barracas do recinto, estivessem preparados para uma avalanche de consumidores, principalmente de lanches rápidos. A venda de vinhos deveria chegar a dezenas de milhares de litros. A Prefeitura e a Sociedade Civil montaram uma estratégia diferenciada para o estacionamento dos ônibus, ao mesmo tempo em que a polícia preparou um esquema especial para o último final de semana nas rodovias Castelo Branco e Raposo Tavares e nas ruas centrais de São Roque (O DEMOCRATA, 1985).

⁸⁵ A empresa Socar Veículos era uma das expostas no pavilhão, onde apresentava e expunha o Ford 85. A barraca da vinícola Canguera estava oferecendo degustação de bacalhau e o artista Moacyr Vitorio fazia intervenções por toda a Festa, tocando as músicas que o público pedia (O DEMOCRATA, 1985).

⁸⁶ A programação contou com a apresentação de Raul Gil, no dia 14, que levou artistas populares a Festa, promoveu diversas brincadeiras com o público e animou o concurso de calouros. Como tentativa de atrair o são-roquense para o evento, aconteceu um *show* local, onde artistas da cidade podiam se apresentar. A Rádio Alegria comandava as atividades durante o dia, as programações noturnas foram: noite sertaneja, *show* de calouros, *shows* infantis, *shows* do grupo A Gruta, A Patotinha, Luís Ricardo, Lilian, Fred Rovela, Paranaí e Toninho, Dito do Cavaco, Irmãos Correia, Zezinho e Darci, e, Colega e Companheiro (O DEMOCRATA, 1985).

O encerramento da Festa do Vinho-85 realizou-se no dia 28 de julho (LIMA, 1985; O DEMOCRATA, 1985) e contou com uma homenagem a arte e cultura negra⁸⁷, assim como no ano 1983, que se configurou como a principal atração dessa data (O DEMOCRATA, 1985). Apesar da organização ter declarado que o evento e a cidade estavam preparados, o público do encerramento foi surpreendente e causou diversos danos ao município.

Após o término da Festa do Vinho-85, o Jornal “O Democrata” publicou uma série de reportagens sobre os resultados e consequências do evento. Ao longo dos 21 dias de Festa passaram pela bilheteria 70 mil pagantes, 26.500 só no último dia, registrando recorde de público no encerramento. Chegaram à cidade mais de 2 mil ônibus, além de incontáveis carros, peruas, motos e passageiros dos horários especiais do trem. Existiam visitantes que chegavam à São Roque, mas não entravam no Recinto Dr. Júlio Prestes, pois, ao lado de fora, instalaram-se diversas barracas irregulares que serviam lanches e muito vinho, por isso, estima-se que 200 mil pessoas tenham visitado a cidade durante os dias da Festa (O DEMOCRATA, 1985).

A cidade ficou completamente lotada, as ruas centrais, praças e jardins foram tomados pela multidão e pelos ônibus estacionados. Os bares, restaurantes e padarias registraram um movimento descontrolado, principalmente pela manhã, inclusive alguns estabelecimentos fecharam, alegando que havia acabado o estoque (O DEMOCRATA, 1985). “Mais uma vez ficou comprovado que a cidade precisa, urgentemente, melhorar a sua estrutura para atender os visitantes da Festa do Vinho, principalmente na última semana” (O DEMOCRATA, 1985).

No dia 28 de julho de 1985, último dia da Festa do Vinho-85, foram registrados pela polícia inúmeros casos de furtos, assaltos, atropelamentos, brigas, incêndios, acidentes de todos os gêneros, principalmente automotivos, e até conflitos com faca e armas de fogo, com isso, o Pronto Socorro Municipal também ficou lotado. Alguns moradores relataram que tiveram suas casas invadidas e depredadas, enquanto que os lojistas também foram vítimas dos vândalos (O DEMOCRATA, 1985).

⁸⁷ Era possível experimentar a culinária negra com as baianas trajadas pela Festa, conhecer as músicas através das rodas de samba e de uma escola de samba cujo samba enredo era sobre cultura negra. O grupo Quilomb era composto por poetas e escritores negros que vendiam sua arte na Festa. Além dessa homenagem houve o *show* do grupo Originais do Samba e do Iberê do Morro (O DEMOCRATA, 1985).

Na semana seguinte ao encerramento do evento, a imprensa local dedicou-se a relacionar as consequências da Festa do Vinho-85 e descrever com detalhes cada uma das ocorrências registradas pela polícia. É certo que o grande público e o alto consumo de álcool causaram muitas dessas situações, porém, alguns acidentes e crimes, poderiam ter acontecido em qualquer cidade com ou sem a Festa do Vinho. Então, apesar do cenário ter facilitado tais ações, deve-se discernir o que, de fato, foi causado pelo evento.

Para entender o que os são-roquense achavam dessa situação, a reportagem do jornal “O Democrata” registrou algumas observações feitas pelos próprios munícipes. “Para a população são-roquense, o último domingo foi um pesadelo. Agora resta calcular os prejuízos causados por roubos, invasões a domicílios e tantas brigas” (O DEMOCRATA, 1985).

Muitos moradores lamentaram a “enorme massa humana dispersa pela cidade, desassistida pelas necessidades humanas básicas” (O DEMOCRATA, 1985), e diziam que tudo piorava com o alto consumo de bebidas alcoólicas. Alguns depoimentos denunciavam os preços abusivos praticados pelas barracas instaladas fora do Recinto Dr. Júlio Prestes e registravam a figura do visitante como um peregrino, chegando a brigar por um copo d’água potável, por sanitários ou por alimentação. A presença desse grande contingente de visitantes e as consequências disso deixavam os moradores inseguros e amedrontados, por isso eles se mantinham trancados em suas casas (O DEMOCRATA, 1985).

Sabe-se que esses depoimentos apresentam uma visão dramática da situação, registrada pelos moradores locais que estavam perdidos em meio a tantos turistas de uma só vez, mas as consequências deixadas pelo excesso de público do evento eram incontáveis.

Mesmo com essas narrativas, a maioria dos munícipes sabia da importância desse evento e de seu público para a economia local naquela época, por isso preocupavam-se com as edições que aconteceriam nos outros anos. Eles defendiam que as próximas deveriam realizar-se em um lugar mais apropriado, mais planejado e que comportasse todo o público dentro do recinto. Apesar disso, foram firmes em dizer

que o formato e suas consequências estavam insustentáveis, pois a cada ano o número de visitantes só crescia (O DEMOCRATA, 1985).

O presidente da Comissão Organizadora-85, Mauro Goés, reconheceu a necessidade de um novo espaço, mas para que houvesse essa conquista a população, a Sociedade civil, o COMTUR, a Prefeitura e a Comissão Organizadora deveriam unir forças para que juntos buscassem a execução desse projeto (O DEMOCRATA, 1985).

Um novo recinto para a realização das Festas do Vinho não foi construído para a Festa de 1986. Para amenizar os problemas causados no ano anterior o Centro de Saúde passou a exigir condições mínimas para funcionamento de barracas de gêneros alimentícios e as fiscalizou, conferindo o alvará de cada uma (O DEMOCRATA, 1986). A Prefeitura de São Roque, o presidente da Câmara Municipal de São Roque, a Sociedade Amigos do Bairro do Junqueira e Santa Isabel solicitaram mais segurança para a Festa do Vinho-86, principalmente para o último dia. A solicitação feita pelos moradores dos bairros foi de pelo menos 50 soldados do exército, que vieram do quartel de Itu. As autoridades concordaram com o número e se mostraram dispostos a garantir mais tranquilidade à população são-roquense. Também para melhorar a situação apresentada em 1985, o estacionamento para ônibus foi ampliado, o posto médico voltou a ser instalado no interior do recinto e um novo planejamento de tráfego foi realizado (O DEMOCRATA, 1986).

“A cidade recebe normalmente um público, que no ano passado, ultrapassou a média de 200.000 visitantes, o que corresponde a mais de três vezes a população local, estimada em 60.000 habitantes” (O DEMOCRATA, 1986). Segundo a Comissão Organizadora, as Festas do Vinho são grandes espetáculos de gastronomia e vinhos que aliados aos *shows*, atraíam milhares de visitantes. Em 1986, esperava-se bater, mais uma vez, o recorde de público, que no ano anterior foi de 201.897 visitantes (O DEMOCRATA, 1986).

Assim como a edição anterior, Festa do Vinho-86 foi organizada pela Sociedade Civil, representando os vinicultores, e contou com a parceria da Prefeitura de São Roque. Semelhante ao ano de 1984, a Beleu Empreendimentos e Promoções ficou responsável pela programação e execução do evento (O DEMOCRATA, 1986).

A Festa do Vinho-86 foi inaugurou-se⁸⁸ no dia 06 de julho de 1986, data em que os membros da Comissão Organizadora apareceram no programa do Raul Gil para fazer promoção do evento (O DEMOCRATA, 1986). Durante a semana a entrada era franca e aos finais de semana era cobrado um ingresso no valor de Cz\$10,00. Sobre o funcionamento, de segunda a sexta o evento só abria à noite e aos sábados e domingo tinha programação o dia todo (O DEMOCRATA, 1986).

No Recinto Dr. Júlio Prestes estavam instaladas 50 barracas que serviam vinho, lanches, petiscos e o bacalhau na brasa – todas tiveram seus preços estabelecidos e divulgados pela organização. A estrutura do evento contava também com o parque de diversões, o parque da cascata e o pavilhão de exposições, que trazia novidades: aumentou-se a participação do setor de indústria, turismo e comércio, ou seja, lojas e empreendimentos ligados ao turismo estavam expostos (O DEMOCRATA, 1986).

A programação da Festa do Vinho-86 apresentou muitas atividades com distribuição de brindes e prêmios, concurso de calouros – que era considerado o carro chefe da programação -, além dos habituais *shows* com artistas populares⁸⁹.

Até o dia 19 de julho a Festa do Vinho-86 estava acontecendo tranquilamente, a Comissão Organizadora pontuou que a programação estava boa, o clima também ajudava e havia muitas opções no recinto, então todos estavam gostando e recomendando o evento. “E a prova disso é que no final da semana passado, aproximadamente 20 mil pessoas passaram pela bilheteria da Festa, número esse que, segundo previsões, será maior nos próximos dias” (O DEMOCRATA, 1986). A polícia só havia registrado casos considerados normais e a segurança estava tranquila, a preocupação maior era na Rodovia Raposo Tavares, por isso, pedia-se muita cautela (O DEMOCRATA, 1986).

⁸⁸ No dia da inauguração, às 10h autoridades e políticos estiveram presentes, às 11h iniciou-se a programação infantil, a tarde foi focada para os jovens e a noite teve *show* das bandas Xequê Mate, A Gruta e da Cantora Gretchen (O DEMOCRATA, 1986).

⁸⁹ O concurso de calouros, por ser o destaque da programação, foi comandado pelo apresentador Raul Gil e o produtor do programa foi um parceiro da Comissão Organizadora. A final aconteceu no sábado, dia 26 de julho, e foi apresentada pelo próprio Raul Gil, da Tv Record, com presença de seus jurados. Em 1986 os *shows* populares foram dos artistas: Mara, Sol, Nahim, Grupo Xequê-Mate, Los Meneros, Algodão Doce, Luiz Ricardo, Trio Los Angeles, Iberê do Morro, Red Wagner, Rita Cadillac, Marquinho Moura, Luiz Ricardo, Henrique de Gaspri, Tony Danido Ricardo Braga, Grupo Black-Tie, os são-roquenses do Conjunto TQDC 5 e o Grupo A Gruta, que era o mais esperado (O DEMOCRATA, 1986).

Apesar dessa normalidade, o mais temido aconteceu: o público do último final de semana gerou problemas. O encerramento do evento foi no dia 27 de julho e ao todo a Festa do Vinho-86 teve um público de quase 100 mil visitantes, 10% desse público estiveram presentes no último dia (SANCHES, 1987).

Os visitantes do último dia deixaram a cidade em situação de calamidade pública, assim como no encerramento da Festa do Vinho de 1985. Os comerciantes tiveram que fechar seus estabelecimentos porque não tinham mais estoques e estavam sofrendo ações de vandalismo e depredações. Os estabelecimentos que ainda tinham algo a oferecer aos visitantes, por prevenção, se fecharam e isso gerou a fúria dos visitantes e da imprensa da capital que na semana seguinte bombardeou São Roque de críticas, apontando seu despreparo para realizar o evento (O DEMOCRATA, 1986).

Esse episódio vinha se repetindo desde a Festa-85: no último dia da Festa do Vinho nenhum morador local saía de casa, os bares, restaurantes e lanchonetes ficavam fechados e as ruas ficam lotadas de visitantes. A população estava amedronta e os turistas sentiam-se hostilizados, mas mesmo assim batiam na porta das casas em busca de copos d'água e sanitários⁹⁰ (O DEMOCRATA, 1986).

De forma geral, a população achava que os turistas eram atraídos pela Festa e pela tradição, mas que em meio a esses havia aqueles que queriam tumultuar “E esses maus turistas impedem que os bons voltem” (O DEMOCRATA, 1986).

Normalmente ouve-se dos moradores mais antigos da cidade de São Roque que as Festas do Vinho acabaram em 1986, inclusive nos históricos do município e em cada vez que se fala das Festas do Vinho, seu fim é decretado em 1986. Porém, através da pesquisa nos arquivos dos jornais, percebe-se que o evento aconteceu em 1987 e 1988, mas talvez pelas mudanças apresentadas no que se refere às datas do evento, a população não se recorde.

Geralmente as Festas começavam a ser organizadas a partir de março, porém já no início de fevereiro de 1987, o vereador Rios convocou uma reunião para discutir os problemas que as Festas do Vinho estavam provocando na cidade. Segundo o vereador, “principalmente no último domingo do evento, milhares e milhares de pessoas

⁹⁰ Segundo relatos verbais dos moradores mais antigos, em época de Festa do Vinho, alguns cobram dos turistas pelo uso dos banheiros de suas casas.

se aglomeraram em São Roque provocando graves inconvenientes” (O DEMOCRATA, 1987). Os argumentos do vereador Rios pautavam-se em todos os problemas que a cidade tinha enfrentado nos últimos anos, mas o estopim para sua solicitação de mudanças imediatas foi o fato dos comerciantes terem fechado as portas no último dia da Festa do Vinho-86.

Toda a imprensa criticou muito tal atitude, por isso o vereador convocou uma reunião para que toda a sociedade são-roquense discutisse sobre as possíveis soluções para os problemas da Festa, afinal, para ele, “nesse total despreparo é que não podemos continuar apresentando nossa tradicional Festa do Vinho”. O prefeito de São Roque disse ter se sentido envergonhado com essas notícias e criticou os comerciantes locais (O DEMOCRATA, 1987), esquecendo-se que tais condições de alimentação e higiene deveriam ser oferecidas dentro do Recinto Dr. Júlio Prestes.

Os interessados em discutir o assunto foram convocados através da seguinte publicação no jornal “O Democrata”:

Estamos próximos à realização de mais uma festa do vinho. Nos últimos anos temos notado o aumento excessivo de visitantes, notadamente no último domingo, quando a cidade revela-se despreparada e sem estrutura para um atendimento adequado aos turistas. Esta situação tem gerado protestos, inclusive através da imprensa da Capital, prejudicando a imagem de nossa cidade (O DEMOCRATA, 1987).

Nesta reunião, onde se discutiu quais as vantagens e desvantagens da Festa do Vinho para o município de São Roque, estavam presentes vereadores, o Prefeito de São Roque, o Presidente da Sociedade Civil, membros do COMTUR, membros da Secretaria de Esportes e Turismo e da Secretaria de Cultura, além de alguns vinicultores, representantes das Sociedades dos Bairros e outros são-roquenses interessados no tema (O DEMOCRATA, 1987).

Os principais problemas levantados pelos presentes nessa reunião foram: excesso de veículos e de pessoas na cidade; falta de estrutura para atender a todos; fechamento do comércio local; moradores locais sentindo-se inseguros; trânsito e engarrafamento nas Rodovias e na cidade; falta de policiamento e aumento da criminalidade. Apesar desses pontos, foi unânime a opinião de que a manutenção da Festa era importante para a cidade e que os problemas se concentravam nos últimos dias do evento, principalmente o domingo. Todos concordavam também que havia a

possibilidade do poder público se aliar aos vinicultores para investirem em um novo local, pois não valia mais a pena insistir no Recinto Dr. Júlio Prestes que era usado apenas uma vez ao ano (O DEMOCRATA, 1987).

Após apontarem os problemas, os presentes na reunião elencaram sugestões de solução: distribuição de senhas para limitação do número máximo de ônibus; aumento do policiamento; distribuição da Festa em pontos pela cidade como o Largo dos Mendes, Taboão, Praça da Matriz e jardins; diminuição da publicidade e realização da Festa de dois em dois meses o ano todo (O DEMOCRATA, 1987).

A ideia de distribuir a Festa em pontos da cidade foi a mais cogitada entre os presentes. Nessa proposta o evento abrangeria a cidade toda no último dia, dessa forma estariam acontecendo simultaneamente diversas atrações que dividiriam o público em vários polos, cada um poderia ser organizado por uma entidade assistencial ou clube, associado à Sociedade Civil. O principal ponto dessa proposta, além de dividir o público em sublocais, era que os turistas teriam a possibilidade de conhecer outros pontos da cidade (O DEMOCRATA, 1987)⁹¹.

Mesmo diante dessas várias propostas, o Prefeito Mario Luiz foi enfático em dizer que a prefeitura não autorizaria a realização do evento caso tais problemas não fossem solucionados. Ele impôs que as providências tomadas deveriam diminuir em 50% o fluxo de visitantes no último domingo (O DEMOCRATA, 1987).

⁹¹ Diante dessa proposta Sanches (1987) publicou uma nota sobre uma passeata que os comerciantes da Vila Capivari, em Campos do Jordão, fizeram protestando contra o elevado número de turistas que a cidade recebia no mês de julho. Os comerciantes alegavam que para atrair cada vez mais turistas, a cidade providenciava muitas atrações no mês de julho, realizando ao mesmo tempo o Festival de Rock, o Campeonato Clássico, o Festival de Inverno, o Encontro de Motocross e etc. O cenário encontrado em Campos do Jordão assemelhava-se ao que acontecia em São Roque: as massas invadiam a cidade; os hotéis disponíveis ficavam saturados; as ruas, praças e jardins ficavam completamente lotados; os turistas ocupavam a cidade e deixam rastros como necessidades fisiológicas espalhadas por calçadas e jardins; e para piorar, os estoques de bares e restaurantes se esgotaram. No entanto, os comerciantes e a população jordanense propuseram que essas atrações fossem espalhadas durante todo o ano, de forma que o fluxo turístico se espalhará e a estrutura comportaria a todos (SANCHES, 1987), além de combater a sazonalidade. Sanches (1987) noticiou o que aconteceu em Campos do Jordão para mostrar que o excesso de turistas não era um problema só de São Roque e que foi possível encontrar uma solução para que as limitações estruturais. Mas como em São Roque não aconteciam vários eventos simultaneamente para que fossem separados e espalhados pelo calendário anual de eventos, o autor acreditava que a proposta jordanense deveria ser analisada e adaptada à realidade são-roquense, para ele, o primeiro passo era retirada do evento do mês de julho.

Por isso, em uma tentativa de solucionar os problemas causados pelas Festas do Vinho e para comprimir a determinação do Prefeito, a Comissão Organizadora decidiu tomar uma providência: a transferência da Festa do Vinho para o mês de setembro. Segundo a Comissão, essa mudança de data traria completo êxito à realização do evento e não prejudicaria a tradicionalidade da Festa (O CRUZEIRO DO SUL, 1987; O DEMOCRATA, 1987).

A imprensa local insistia que o ideal era a construção de um recinto, mas essa sugestão era inviável para a realização do evento naquele ano. A oposição política dizia que a mudança para setembro era um jogo político do Prefeito Mario Luiz que pretendia deixar a Festa do Vinho-87 vazia e com baixos lucros, para que no ano seguinte, quando haveria eleições, fosse realizada uma grande e lucrativa festa, contribuindo para sua reeleição. Enquanto isso, a Prefeitura de São Roque afirmava que o objetivo da mudança de data era espalhar o fluxo turístico pelo ano todo, evitando que o turista viesse à São Roque somente em julho. A Sociedade Amigos do Bairro do Junqueira realizou uma pesquisa que apontou que os moradores daquela área não queriam que o evento continuasse acontecendo ali, mas acreditavam que a mudança da data diminuiria o público e amenizaria os problemas (O DEMOCRATA, 1987).

Essa decisão dividiu a opinião pública, alguns como Lois Ribeiro, acharam isso um absurdo, alegando que estavam mudando uma tradição e que ao invés de investir na estrutura da Festa optou-se por mudar a tradição e assim “tapar o sol com a peneira” (RIBEIRO, 1987). Por outro lado, Mario Villa Filho e outros, agradeciam a Comissão e ao Prefeito Mario Luiz pela saída alternativa para um problema que estava sem solução há anos (VILLA, 1987). Em resposta à Lois Ribeiro, Mario Villa Filho defendia que uma tradição só deveria ser mantida enquanto fizesse bem para a população e que a transferência para setembro não mudaria a essência da Festa, para o autor “de nada vale manter uma tradição por mero capricho de uma repetição sem sentido” (VILLA, 1987). Enquanto as críticas de Lois Ribeiro pautavam-se em argumentações políticas, Mario Villa tentou mostrar que o mês da Festa era indiferente, já que a grande maioria dos produtos vinha do sul, ou seja, o evento não dependia da safra do vinho são-roquense (RIBEIRO, 1987; VILLA, 1987). Outro ponto explorado pelo autor era que a cidade ficava um caos durante a realização do evento e que deveria priorizar-se a

experiência e a segurança do visitante e do morador local, em detrimento da data de sua realização (VILLA, 1987).

Apesar de tanta polêmica, a Prefeitura realizou uma pesquisa entre a população, onde mostrou que a maioria apoiava a mudança, das 405 assinaturas colhidas, 400 eram a favor da Festa ser realizada em setembro (O DEMOCRATA, 1987).

Antes mesmo da determinação da mudança de data da Festa, algumas excursões já haviam confirmado presença no evento em julho. Por isso, a Comissão Organizadora decidiu realizar um evento chamado “Noites de Julho”, justificando que alguns turistas estavam acostumados a irem para São Roque em julho, outros não teriam a disponibilidade de ir em setembro e também já havia excursões confirmadas (O DEMOCRATA, 1987).

Após o anúncio da criação das Noites de Julho, a população ficou revoltada, pois a Prefeitura não tinha avisado sobre esse projeto. Os moradores sugeriam que quem já havia confirmado que mudasse os planos e aqueles que não tivessem disponibilidade em setembro que visitassem outros atrativos de São Roque em julho. Argumentavam também que a situação havia piorado, pois teriam duas Festas, eles acreditam que as Noites de Julho seriam uma Festa do Vinho com outro nome (O DEMOCRATA, 1987).

As Noites de Julho tinham como público alvo os turistas da região que já estavam acostumados a ir para São Roque nos finais de semana de julho. No ano de 1987, o Prefeito Mario Luiz construiu um calendário de eventos que envolvia as Noites de Julho, a Festa de Agosto, a Festa da Primavera e a Festa do Vinho, além da Feira Permanente⁹², ele defendia que juntos esses eventos poderiam atrair turistas para a cidade durante vários meses do ano (O DEMOCRATA, 1987).

⁹² A Feira Permanente foi criada em agosto de 1983 e pretendia substituir o comércio de vinho da Festa do Vinho até que fosse construído um local próprio para isso. Ela acontecia todo domingo, das 8h às 15h no Recinto Dr. Júlio Prestes para que as pessoas que quisessem comprar vinho não tivessem que esperar até as Festas do Vinho. Além de vinho, a Feira Permanente comercializava outros produtos vinícolas, de hortifrúti, de granjas, artesanatos, comidas típicas e pequenos animais. Algumas apresentações artísticas, feitas por alunos de EMEIS de São Roque, aconteciam durante a Feira Permanente a fim de atrair visitantes fora da época da Festa do Vinho (O CRUZEIRO DO SUL, 1988; O DEMOCRATA, 1987; MELLO, 1987; LIMA, 1985).

As Noites de Julho começaram no dia 04 de julho de 1987, as quintas e sextas-feiras o evento só comercializava vinho e aos finais de semana oferecia também gastronomias temáticas, como por exemplo, noite italiana, noite espanhola, noite portuguesa e etc.⁹³ Estavam expostas cerca de 30 barracas, no Recinto Dr. Júlio Prestes, o ingresso custava Cr\$ 15,00 e só era cobrado aos finais de semana por causa dos *shows* (O DEMOCRATA, 1987).

Durante os 4 finais de semana em que o evento foi realizado, o movimento foi pequeno, mas os comerciantes acreditavam que nas próximas edições isso poderia melhorar (O DEMOCRATA, 1987).

Apesar o evento ter tido menor público, menos barracas, menos dias de realização e uma programação mais enxuta, é inegável sua semelhança com a Festa do Vinho e, por isso, compreende-se a revolta da população.

A Comissão Organizadora manteve contato com as agências de turismo, informando que a mudança da data não interferiu no formato da Festa e, dessa forma, conseguiu-se confirmar muitas excursões. Eles sabiam que as vendas estavam acontecendo, principalmente em São Paulo, no ABC e na baixada, onde os turistas já eram fiéis ao evento. A Comissão afirmava que as atrações dessa edição pretendiam atrair visitantes não só aos finais de semana, mas também de segunda a sexta-feira, para que os moradores locais, e de cidades vizinhas, pudessem aproveitar do evento (O DEMOCRATA, 1987) – percebe-se a intenção de atrair o residente de segunda a sexta e os turistas aos finais de semana, tendência que se mantém até os dias de hoje.

Esperava-se que em setembro, período fora das férias escolares, o número de visitantes à Festa do Vinho fosse muito menor do que nos anos anteriores (SANCHES, 1987), por isso a Comissão divulgou que esperava receber 15 mil turistas em todo o evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1987), número que representava uma queda de aproximadamente 75% da média de público do evento.

A Festa do Vinho-87 começou no dia 13 de setembro e teve toda sua inauguração como nos anos anteriores: abertura solene, passeio pela feira e muitos *shows* (O DEMOCRATA, 1987). As atrações desse ano consistiam no parque de diversões que

⁹³ De quinta a sábado o evento só abria a noite e de domingo era o dia todo. Aos sábados à noite tinha *shows* de bandas que sempre estavam nas Festas do Vinho.

estava ainda maior e no Pavilhão de Exposições que estava montado para, mais uma vez, mostrar ao visitante tudo o que São Roque produziu e apresentava um *stand* especial dedicado ao Museu do Vinho ⁹⁴ (O CRUZEIRO DO SUL, 1987; O DEMOCRATA, 1987).

No Recinto Dr. Júlio Prestes, estavam montadas 40 barracas que expunham 36 marcas de vinho, representando as 26 adegas do município, além disso, outras barracas ofereciam o bacalhau na brasa (O CRUZEIRO DO SUL, 1987). De toda a estrutura do evento o destaque foi o portal de entrada que misturava patrimônio e vitivinicultura ao representar diversos pontos turísticos da cidade em meio a vinhedos ⁹⁵ (O DEMOCRATA, 1987).

No último sábado dessa edição, o show do popular Trio Los Angeles levou mais de 5 mil visitantes ao evento, enquanto que no domingo as atividades foram encerradas no meio da tarde, em razão de um forte temporal que obrigou o fechamento das barracas e o cancelamento das atividades de lazer que ainda ocorreriam (O DEMOCRATA, 1987).

Após o termino da Festa do Vinho-87, a Comissão Organizadora divulgou que a mudança para o mês de setembro foi positiva, pois solucionou os problemas de segurança que geraram reclamações em anos anteriores. O balancete dessa edição revelou que a arrecadação foi de Cr\$ 1.352.611,32, com despesas de Cr\$ 1.129.142,66, assim, a Sociedade Civil e os cofres municipais recolheram Cr\$ 223.468,66 oriundos da bilheteria do parque de diversões, das barracas e da realização das “Noites de Julho” (O DEMOCRATA, 1987). Por disso, os organizadores disseram que com os objetivos alcançados e que com os bons resultados financeiros, havia grandes chances de nos próximos anos o evento realizar-se no mês de setembro (O DEMOCRATA, 1987).

Por ocorrido tranquilamente na Festa do Vinho-87, logo nos primeiros meses de 1988, o Prefeito Mario Luiz e o presidente do COMTUR, José Carlos Dias Bastos, convocaram a comunidade são-roquense para discutir a realização da Festa do Vinho-

⁹⁴ O COMTUR e a Prefeitura estavam fazendo um trabalho de recolhimento de materiais ligados à indústria do vinho são-roquense para construção de um museu definitivo. O Zé do Nino era presidente do COMTUR e da Comissão Organizadora e disse que estavam sendo aceitas quaisquer doações: peças usadas, rótulos, propagandas, documentos, fotografias e etc. (O DEMOCRATA, 1987).

⁹⁵ Esse portal foi feito por Lucindo Lima e Vasco Barioni (O DEMOCRATA, 1987).

88. Na reunião foi unânime a opinião de que apesar da última edição não ter apresentado grandes problemas, aqueles causados nas edições anteriores não deveriam ser esquecidos (O CRUZEIRO DO SUL, 1988).

A Comissão Organizadora da Festa do Vinho-88 foi formada e logo providenciaram contratos que garantissem o policiamento, a segurança e o atendimento de emergências durante o evento. A confecção dos cartazes, contatos com agências de viagens e a divulgação na imprensa começaram antes do habitual, pois nesse ano a promoção da Festa foi intensificada por causa do baixo público registrado no ano anterior - a organização pretendia diminuir o fluxo de visitantes, mas não tanto como foi em 1987 (O DEMOCRATA, 1988).

A inauguração da Festa do Vinho-88 realizou-se no dia 11 de setembro e teve presente um público de 10 mil pessoas (O CRUZEIRO DO SUL, 1988; O DEMOCRATA, 1988). O evento esteve aberto todos os dias, sendo que de segunda a sexta era a partir das 19h e aos finais de semana abria pela manhã. O ingresso custava Cr\$ 100.000,00 (O DEMOCRATA, 1988; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1988).

No Recinto Dr. Júlio Prestes instalavam-se 40 barracas, representando as 25 adegas do município e outras oferecendo a comida típica do evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1988; O DEMOCRATA, 1988). A Festa estava estruturada com o recorrente parque de diversões, com um amplo restaurante a disposição dos visitantes e com o pavilhão de exposições, onde as indústrias de São Roque expuseram seus produtos (O DEMOCRATA, 1988).

Na programação constavam diversos *shows* e apresentações populares, brincadeiras, o concurso de calouros e distribuição de muitos brindes como nas edições anteriores, porém nesse ano os artistas locais ganharam espaço⁹⁶ (O DEMOCRATA, 1988).

⁹⁶ As atrações foram: Banda Santa Maria, Banda Realce, Ari Sanches, Musical Oviedo, concurso de calouros e noites sertanejas, Iberê do Morro, Sharon e Trio Los Angeles. Em 1988, a Festa do Vinho de São Roque sediou o 4º Concurso Nacional de Poesia sobre Vinho, o prêmio para o primeiro colocado era de 1.000 garrafas de vinho, 2.500 para o segundo e 300 para o terceiro colocado. Após o concurso os poemas foram publicados pela Universidade de Caxias do Sul, este concurso era patrocinado pela UNIBRA e pela Agavi que representava os produtores vinícolas do Rio Grande do Sul (O DEMOCRATA, 1988; O CRUZEIRO DO SUL, 1988).

O encerramento da Festa do Vinho de 1988 realizou-se no dia 25 de setembro, quando a bilheteria registrou um público de 7.500 visitantes no último final de semana, porém a Comissão Organizadora acreditava que São Roque tivesse recebido 20 mil turistas (O DEMOCRATA, 1988). Ao todo, foram vendidos pelo menos 5 milhões de litros de vinho durante essa edição do evento (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1988).

A Festa do Vinho-88 não apresentou tantos problemas de segurança, porém o trânsito e o número de acidentes nas rodovias e no centro cidade foram preocupantes, os estacionamentos foram insuficientes, os moradores ainda se sentiam inseguros e os turistas não conseguiram ser bem atendidos nos estabelecimentos comerciais e não dispuseram de banheiros e bebedouros (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1988; O DEMOCRATA, 1988).

Por isso, em maio de 1989, quando a Festa do Vinho estava prevista para acontecer em setembro, o Prefeito Zito Garcia anunciou a suspensão do evento por 2 anos. Essa decisão foi tomada em comum acordo entre os vinicultores e o poder público municipal que garantiram o retorno no evento em 1992. Esse intervalo na realização seria o tempo necessário para a construção de um complexo para eventos - afastado do centro urbano do município - que seria dedicado a realização das Festas do Vinho, feiras agropecuárias, competições de hipismo, leilões, rodeios e outros eventos. O principal motivo para a suspensão foi o fato do Recinto Dr. Júlio Prestes estar localizado na área urbana e, nos últimos anos, ter se mostrado inadequado para sediar o evento (O CRUZEIRO DO SUL, 1989; O DEMOCRATA, 1989; SÃO ROQUE, 1992; CARAMBEÍ, 1994).

Além dos problemas estruturais do Recinto Dr. Júlio Prestes, como insuficiência de sanitários e estacionamentos, poucos bebedouros, falta de áreas de descanso, necessidade de repavimentação e etc., outros pontos foram apontados como causas para o cancelamento do evento, tais como o excesso de público atraído principalmente pelos custos acessíveis dos produtos vinícolas e pela promoção de *shows* com artistas populares, falta de segurança, congestionamento do trânsito, deficiência do comércio local e insatisfação dos moradores dos bairros adjacentes ao evento (SILVEIRA, 1989). Para Antônio Renzo (2013), as Festas do Vinho foram canceladas não só pelas

questões estruturais, mas porque se popularizaram em excesso e com isso perderam seu foco, tornando-se um evento vulgar e mal frequentado (RENZO, 2013).

O anúncio do cancelamento do evento foi realizado durante uma reunião onde o prefeito disse que

Há alguns anos, a Festa do Vinho, mais que um evento turístico, vem se constituindo como um problema para São Roque, pois a cidade não comporta o crescente público e já não há mais condições de garantir a segurança dos visitantes. Em uma tentativa de reduzir o público, o ex-prefeito Mario Luiz, transferiu a data para setembro, para fugir das férias escolares, o número de visitantes diminuiu, mas não o suficiente. No ano passado a polícia alertou sobre o perigo que a Festa representava no requisito segurança, pois há excesso de pessoas num só local, associado a bebidas alcoólicas e isso poderia criar uma situação incontrolável (O CRUZEIRO DO SUL, 1989).

Para piorar a situação descrita pelo prefeito, o terreno ao lado do recinto da Festa, que era usado para estacionamento, estava sendo transformado em um clube e dessa forma as Festas do Vinho não teriam mais estacionamento (O CRUZEIRO DO SUL, 1989).

Para a Prefeitura de São Roque, o primeiro passo para o complexo para eventos era a formação de uma comissão que reunisse os diversos setores da economia local, a fim de traçar as metas do projeto, estudando quais as características que o recinto deveria apresentar para atender as necessidades dos eventos são-roquenses. Esse projeto foi uma reformulação do projeto enviado em 1981 (O DEMOCRATA, 1989; O CRUZEIRO DO SUL, 1989; SÃO ROQUE, 1992) e foi, finalmente, executado em 2011.

3.5 EXPOFLORAL E EXPO SÃO ROQUE

Em 1990, a cidade adquiriu o título de Estância Turística, alguns dos motivos descritos no relatório da antiga Secretaria de Estado dos Negócios de Esportes e Turismo foram a “situação rara de proximidade da capital; expressivo potencial turístico representado por seus atrativos turísticos; possibilidade de revalorização da Festa do Vinho já tradicional no município e com apoio de atividades e equipamentos já encontrados no município” (SENET, 1990 *apud* SÃO ROQUE, 1992, [s.p.]).

Notoriamente, após o título de Estância Turística, a Prefeitura de São Roque tratou de acelerar o retorno da Festa do Vinho, porém o projeto sobre o novo recinto

enfrentava vários obstáculos financeiros e políticos, por isso optou-se por uma reformulação no evento. Para isso, foi encomendada pela Prefeitura uma pesquisa de opinião para saber o que os são-roquenses achavam do retorno do evento (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1991).

Essa pesquisa teve uma amostra de 666 pessoas que responderam a 29 questões e apontou que 58,3% dos são-roquenses queriam o retorno do evento no Recinto Dr. Júlio Prestes, mas pediam mais organização e planejamento. Os moradores que não queriam o retorno do evento representavam 41,7% na pesquisa e se mobilizaram para que a festa não voltasse, ressaltando todos os problemas trazidos pela realização do evento (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1991). A pesquisa revelou também que a principal alternativa para àqueles problemas causados nas últimas Festas do Vinho seria a contratação de uma empresa particular para a organização do evento (O ESTADO DE SÃO PAULO, 1991).

Após muitos estudos e pesquisas feitas pela Prefeitura, surgiu a Expofloral – Exposição de Flores e Alcachofras⁹⁷ -, evento dedicado à comercialização de flores, principalmente a alcachofra. O evento foi realizado pela Prefeitura que justificou sua realização por que: (1) a produção de flores de corte e plantas ornamentais movimentava mais de US\$15 milhões na economia regional; (2) São Roque possuía grande produção, pois a topografia acidentada não favorecia a agricultura extensiva mecanizada; (3) a variedade de alcachofra roxa foi desenvolvida e só era cultivada na cidade; (4) a floricultura na região de São Roque, por ser desenvolvida em estufas e com alta tecnologia, era considerada uma das melhores do país⁹⁸; (5) o cultivo de flores na cidade contava com aproximadamente 150 produtores, em 250 hectares; (6) a realização desse evento promoveria e apoiaria os produtores; (7) São Roque e Ibiúna possuíam 25 produtores de alcachofra, que juntos cultivavam 350 mil pés e colhiam 2 milhões de cabeças por safra, produção essa que rendia US\$530 mil na economia regional; (8) a cidade, por ser Estância Turística, precisava de um evento de porte que

⁹⁷ Sabe-se que a Alcachofra é uma flor, porém dado seu destaque no cultivo local e suas peculiaridades comerciais, ela sempre foi apresentada em uma categoria à parte.

⁹⁸ Na região de São Roque, Cotia, Vargem Grande Paulista, Ibiúna e Mairinque, as espécies mais cultivadas eram: crisântemos, samambaias, primulas, gloxínias, ciclameas, calcerarias, orquídeas, vasos (O DEMOCRATA, 1993).

induzisse “a presença de um público de bom nível econômico e educacional” (CASTRO; SALVETTI, 1993, p.1); (9) a realização de um evento no Centro Cultural Brasital ajudaria na aquisição de verbas para manutenção e recuperação do conjunto histórico; e (10) o evento seria uma forma de ajudar as entidades assistenciais a arrecadarem fundos (CASTRO; SALVETTI, 1993).

Esse novo evento, a princípio, não foi considerado um novo formato das Festas do Vinho, acredita-se que os organizadores não queriam que a má imagem das Festas fosse relacionada à Expofloral, por isso o foco foram as flores, enquanto que o vinho foi apenas mais um atrativo.

O evento foi organizado pela Prefeitura de São Roque - foi oficializado pela lei n. 2.158 de 19/08/93 - e teve o importante apoio do Banco do Brasil (O DEMOCRATA, 1994; SÃO ROQUE, 1993). Essa parceria estabeleceu-se porque um dos objetivos da feira era ajudar entidades assistenciais e a Campanha da Cidadania contra a Fome e pela Vida, a qual era representada pela instituição financeira e recebeu 3% da arrecadação da bilheteria do evento. Diante desse apoio, o Banco providenciou os cartazes e *outdoors* do evento, além de ter cedido seus funcionários para trabalharem na bilheteria, na venda de flores, nos restaurantes e etc. (O DEMOCRATA, 1993).

O Prefeito Sanches cobrou dos departamentos - que organizaram a feira representando a Prefeitura - que tudo fosse feito para bem receber o visitante. Por isso foi providenciado um amplo estacionamento de automóveis e ônibus, guias de turismo, sinalização dentro da feira e pela cidade, além do aparato necessário para emergências: postos de primeiros socorros, segurança e policiamento (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993).

A Expofloral foi sediada no Centro Cultural Brasital que possui uma área de 235 mil m², desses 45 mil m² eram abertos ao público, pois a antiga fábrica têxtil conta com uma ampla reserva de mata atlântica, além do patrimônio arquitetônico (CASTRO; SALVETTI, 1993). Esse ambiente foi um atrativo à parte dentro do evento, pois os turistas maravilhavam-se com o espaço (O DEMOCRATA, 1993).

A 1ª Expofloral realizou-se durante os dias 9, 10, 11, 12, 16 e 17 de outubro⁹⁹ de 1993 e a organização esperava receber 10 mil visitantes por dia, pois o evento foi bastante divulgado nas mídias impressas e televisivas do todo o estado (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993). Os ingressos custavam Cr\$300,00 para adultos e Cr\$ 150,00 crianças de 5 a 12 anos (O DEMOCRATA, 1993).

O evento contou com a exposição e venda de mais de 700 variedades de flores e plantas, para isso havia produtores de diversas cidades do estado. A estrutura da feira apresentava também ampla área de lazer e descanso, o pavilhão de alcachofras, o pavilhão de flores, o pavilhão das indústrias, o pavilhão das crianças, a varanda das alcachofras, praça de alimentação, praça de artesanato, praça do sorvete, praça do artista, supermercado de plantas e flores, barracas beneficentes, trilha da mata, *trailer* de apoio turístico, exposição de automóveis e, para não fugir da tradição, alguns *stands* de vinho local¹⁰⁰ (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993).

Além dessa estrutura, o evento contou com uma programação com muitas atrações musicais e artísticas (CASTRO; SALVETTI, 1993), porém essas atrações eram muito diferentes das que a Festa do Vinho apresentava. Dentro da programação do evento aconteceu também o concurso de flores e *ikebanas* – tipo de arranjos florais – e

⁹⁹ A escolha do mês de outubro foi porque nessa ocasião a alcachofra encontra-se mais bonita e ajuda a compor um belo cenário (O DEMOCRATA, 1993).

¹⁰⁰ O pavilhão da alcachofra tinha um grande restaurante que servia pratos à base da flor, que poderiam ser acompanhados pelo vinho são-roquense, havia também stands de marcas de alcachofra da região, além de música ao vivo, espaço para o Museu do Vinho e uma amostra da pista de ski que iria se instalar na cidade anos depois. A praça do sorvete era um espaço que oferecia doces e chocolates caseiros, pastéis, churrascos e sorvetes artesanais. O pavilhão das crianças era constituído por um playground coberto, mini lojas com artigos infantis, doces e chocolates e apresentações de palhaços, teatros e brincadeiras. O pavilhão das indústrias era um local onde estavam expostos e a venda diversos produtos locais, funcionava como uma grande vitrine para artigos industrializados, como materiais esportivos, confecções, tecidos, perfumes e etc. A praça do artesanato foi organizada pela Casa do Artista e Artesão de São Roque. A varanda das alcachofras ficava próxima a saída do evento e tinha a flor a venda e preço de atacado. O supermercado de plantas e flores era onde estavam à venda diversas musas e vasos. O pavilhão das flores foi uma área de 2 mil m², organizada pela Aproflores – Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais da Região de Cotia – que abrigou a exposição de flores, onde as variedades estavam divididas em 5 temas: (1) espelhos fantásticos; (2) as quatro estações; (3) a indústria e a natureza; (4) a vitivinicultura são-roquense; e (5) jardim japonês (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993).

as premiações para os produtores com as mais belas variedades (CASTRO; SALVETTI, 1993).

Durante o último final de semana, os visitantes puderam contribuir com um quilo de alimento ao invés do ingresso, dessa forma foi arrecadada mais de uma tonelada de alimentos, que juntos com o cheque de Cr\$55 mil, foram entregues às agências do Banco do Brasil da região para repasse à Campanha (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993).

Após a finalização da 1ª Expofloral, os artesãos são-roquenses agradeceram ao espaço de destaque que lhes foi oferecido, enquanto que a imprensa só publicou elogios que diziam sobre o quão o agradável era o ambiente da feira, com clima familiar e sadio, sem violência e incidentes. A alcachofra foi considerada a grande atração do evento que, junto com a dedicação e empenho da colônia japonesa da região, foi fundamental para o sucesso da feira. Os organizadores acreditaram que com a Expofloral, São Roque seria colocado em posição de destaque no calendário turístico do Brasil (CASTRO; SALVETTI, 1993; O CRUZEIRO DO SUL, 1993; O DEMOCRATA, 1993).

Mesmo com a realização bem sucedida da Expofloral, a mídia local ainda especulava sobre o retorno da Festa do Vinho. Porém o projeto para construção do complexo de eventos ainda não havia se iniciado, a prefeitura comprometeu-se a financiar os gastos com a construção desde que os vinicultores cedessem o uso de um terreno que era de posse do Sindusvinho. O terreno tinha 7 alqueires e era afastado do centro urbano de São Roque, porém o Sindusvinho achava que a área não seria suficiente para a realização dos eventos e por isso pedia que a prefeitura comprasse outros terrenos ao redor dele (CARAMBEÍ, 1993; MELLO, 1993).

Além disso, o pedido de construção na área dependia da aprovação do DPRN (Departamento de Proteção e Reservas Naturais) para, só depois, haver a contratação de uma empresa para executar o projeto. O Prefeito Sanches pretendia que tudo acontecesse a tempo de realizar uma nova Festa do Vinho em 1994, mas devido as proporções do projeto, acreditava-se que só conseguiriam em 1995 (CARAMBEÍ, 1994). Fato é que a prefeitura se comprometeu em realizar a Festa do Vinho em 1995, mas os vinicultores cobravam infraestrutura e incentivo. Enquanto isso, o DPRN havia negado a construção no terreno porque envolvia o uso de muitas áreas de mata protegida. A

liberação da construção era imprescindível para a execução do projeto e para o retorno da Festa do Vinho (CARAMBEÍ, 1994).

Enquanto a Festa continuava gerando discussões, uma nova edição da Expofloral foi realizada em 1994. A organização esperava repetir o sucesso do ano anterior, mantendo os esforços que resultaram no cumprimento dos objetivos do evento: promover a cidade e solidificar sua imagem de Estância Turística, promover recursos e incrementar a produção de flores de corte, plantas ornamentais e alcachofra¹⁰¹, valorizar a produção regional e propiciar recursos para as entidades beneficentes e seus programas assistenciais (O DEMOCRATA, 1994).

A 2ª Expofloral realizou-se nos dias 8 e 9 e de 12 a 16 de outubro, novamente no Centro Cultural Brasital. Dessa vez o ingresso custava R\$3,00 para adultos, R\$ 1,50 para crianças de 6 a 12 anos e R\$2,50 para idosos acima de 65 anos (O DEMOCRATA, 1994).

No que se refere à estrutura, ela era composta pelos mesmos elementos da feira de 1993, com a adição do pavilhão das nações¹⁰² e o aumento das áreas da praça de descanso e lazer e da “galeria dos vinhateiros” dentro do pavilhão da alcachofra (O DEMOCRATA, 1994). Dessa vez, o pavilhão das flores foi o grande destaque do evento, pois foi cuidadosamente decorado com elementos em movimento, por isso ao passar pelas alas – do “tributo ao universo” com um globo suspenso, coberto de flores e em movimento, de “homenagem ao corredor Ayrton Senna” que possuía uma réplica do seu carro feita de flores, de “homenagem à natureza” com cachoeira, lago e ponte artificial ou da “Copa do Mundo” com uma versão da taça de 2 metros de altura (CARAMBEÍ, 1994) -, o visitante interagia com a decoração e, muitos deles, se emocionaram. Destaca-se que até os dias de hoje, quando perguntados sobre a Expofloral, os

¹⁰¹ A região de São Roque tinha sua produção de flores distribuída em pequenas propriedades de alta produtividade, eram 200 hectares de cultivo onde a produção era enviada ao Ceasa de São Paulo e à grandes redes de supermercados do estado. No ano de 1994, segundo a Aprofra, o número de produtores havia crescido para 180, pois o mercado tinha se tornado mais interessante e atrativo com o novo plano econômico e a estabilização da moeda. Existia a expectativa da safra de 94/95 crescer 40%, o que resultaria em um faturamento de US\$ 18 milhões (CARAMBEÍ, 1994).

¹⁰² Esse novo pavilhão era para quem não quisesse consumir os pratos com alcachofra – disponíveis nos outros pavilhões do evento -, por isso ele dispunha de barracas de gastronomia japonesa, alemã e italiana (CARAMBEÍ, 1994).

munícipes se recordam essa edição que foi marcada pela réplica do carro de Ayrton Senna.

Nos dois primeiros dias de evento foram registrados pela bilheteria 9 mil visitantes que, até o encerramento, chegaram ao número de 30 mil, ou seja, essa edição totalizou quase o dobro do público do ano anterior. A 2ª Expofloral atingiu seus objetivos com um pequeno lucro e, segundo os expositores, com venda satisfatória – foram vendidas aproximadamente 40 mil alcachofras. Para a próxima edição, os organizadores pretendiam mais investimento do setor privado, a fim de “profissionalizar” a feira (CARAMBEÍ, 1994).

Em 1995 realizou-se a 3ª Expofloral, dessa vez organizada pela Aproflora - Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais da Região de Cotia –, supervisionada pela Prefeitura de São Roque e com patrocínio do Parque Ski, dos Espetinhos Mimi, da Icotel Componentes Eletrônicos, da *Courtaulds Coatings*, do Lojão Penalty e do Restaurante Gallipoli (EXPOFLORAL, 1995; CARAMBEÍ, 1995). A fim de melhor articular-se, a organização se dividiu em coordenadorias: infraestrutura, divulgação, expositores, indústrias e vinicultores (CARAMBEÍ, 1995).

Apostava-se que essa edição da Expofloral iria superar as expectativas, por isso a organização esperava receber cerca de 70 mil visitantes, pois com o afastamento do poder público, a organização teve mais liberdade, porém responsabilizou-se pelos resultados (CARAMBEÍ, 1995; FOLHA DE SÃO PAULO, 1995).

Nesse ano a divulgação apresentou o evento como “Exposição de Flores, Alcachofras e Vinhos” (O CRUZEIRO DO SUL, 1995), evidenciando a entrada dos vinicultores na feira, onde até então eram coadjuvantes no pavilhão das alcachofras.

O evento foi inaugurado no dia 30 de setembro e encerrou-se no dia 15 de outubro – um final de semana a mais que as edições anteriores -, ele funcionava apenas aos sábados e domingos, das 10h às 20h, e o ingresso custava R\$4,00 para adultos, R\$2,00 para crianças de 5 a 12 anos, R\$3,00 para idosos acima de 60 anos. O estacionamento, com capacidade para 500 veículos, custava R\$3,00 (FOLHA DE SÃO PAULO, 1995; O CRUZEIRO DO SUL, 1995; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1995).

O rigoroso inverno daquele ano favoreceu a exposição que precisou ampliar a área do supermercado de flores e plantas, pois se previa que fossem vendidos 40 mil

vasos de flores e 48 mil caixas de alcachofra esta edição do evento¹⁰³ (CARAMBEÍ, 1995; O CRUZEIRO DO SUL, 1995).

A 3ª Expofloral de São Roque contou com o tema “O Mundo das Crianças”, onde o destaque era para um parque de diversões e alguns personagens da *Disney* construídos com arranjos de flores, além dos atores que faziam intervenções entre os visitantes (CARAMBEÍ, 1995; O CRUZEIRO DO SUL, 1995).

Estavam expostos 200 floricultores, 40 produtores de alcachofra e 11 vinicultores, divididos conforme os pavilhões e praças apresentados no ano anterior. Os floricultores, representados pela Aproflora – que organizou o evento – convidaram os produtores de alcachofra e os vinicultores para que o evento oferecesse mais opções aos seus visitantes (FOLHA DE SÃO PAULO, 1995; O CRUZEIRO DO SUL, 1995; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1995).

A Brasital continuava sendo um dos principais atrativos do evento, porém após a realização da 3ª Expofloral, especulou-se sobre o seu tamanho e capacidade diante das dimensões que o evento estava tomando. A estrutura antiga não permitia modificações e já se apresentava inadequada para a montagem da feira. A organização informou que os milhares de visitantes atraídos pelo evento precisavam de espaço para circulação, estacionamento maior, atendimento eficiente e conforto garantido em áreas de descanso e os imprescindíveis sanitários limpos e suficientes (CARAMBEÍ, 1995).

Esse contexto se assemelhava muito ao das Festas do Vinho e, coincidentemente, a Brasital começou a tornar-se inadequada com a maior participação dos vinicultores.

Até aquele ano, tudo o que a mídia divulgava sobre a Expofloral era sobre o seu sucesso e inovação. Porém em 1995, com a não realização da Festa do Vinho - conforme a Prefeitura havia se comprometido - e com o espaço ganho pelos vinicultores na Expofloral, a imprensa da região publicou comentários elogiando a eficiência e criatividade dos vinicultores na instalação de seus *stands* e na montagem de uma

¹⁰³ Em 1995, o cultivo de flores na região ocupava 230 hectares, a produção chegou a 7,2 milhões de maços de flores, 17 milhões de vasos de flores e 3 milhões de arranjos (FOLHA DE SÃO PAULO, 1995; O ESTADO DE SÃO PAULO, 1995). No evento, as alcachofras foram vendidas a R\$10,00 a dúzia, os populares vasos de violeta custavam R\$2,00 e os pequenos maços de flores R\$1,00 (O CRUZEIRO DO SUL, 1995).

exposição de equipamentos antigos, como um mini museu do vinho. Diante disso, o Sindusvinho afirmou que os produtores pretendiam conquistar um espaço maior dentro da Expofloral e, futuramente, assumir o papel de protagonistas do evento (O DEMOCRATA, 1995).

No ano de 1996, o Jornal da Economia continuava insistindo na importância da Festa do Vinho para São Roque enquanto Estância Turística. Em depoimento ao jornal, o ex-prefeito Zito Garcia, responsável pela suspensão do evento em 1989, disse que seria importante o retorno da Festa, desde que fosse criada toda uma estrutura e no momento isso não seria possível, pois a seu ver, a Prefeitura e os vinicultores não conseguiam entrar em um consenso sobre o assunto (JORNAL DA ECONOMIA, 1996).

Diversos interesses políticos impediam a continuidade da negociação sobre o assunto, por isso, cogitou-se realizar a Festa do Vinho na Brasital, porém os vinicultores discordaram, alegando que

[...] a Brasital é um centro cultural, não dá para misturar as coisas, além disso a opinião pública também não aceitaria, afinal já tínhamos problemas demais com a realização do evento no bairro do Junqueira, imagine se fizemos em uma região ainda mais central da cidade (JORNAL DA ECONOMIA, 1996).

Percebe-se que ao mesmo tempo em que os produtores de vinho são-roquenses alegavam que a Brasital não era um ambiente apropriado para as Festas do Vinho, pretendiam conquistar mais espaço e tornar-se o produto principal da Expofloral. Apesar desses dois posicionamentos do Sindusvinho soarem conflitantes, em 1996, setor vinícola continuou crescendo dentro da Expofloral.

Aliás, a 4ª Expofloral continuou, aos poucos, assemelhando-se às Festas do Vinho, isso porque essa edição foi realizada pela Prefeitura de São Roque em parceria com a Aproflora e a Antônio Graça Promoções e Eventos, essa última era uma empresa especializada em eventos que foi contratada para auxiliar na organização do evento que também contava com a colaboração da Associação dos Vinicultores de São Roque, Associação dos Produtores de Alcachofra, Associação dos Criadores de Animais de Pequeno e Médio Porte e Secretaria de Esporte e Turismo do Estado de São Paulo (O DEMOCRATA, 1996).

A Associação dos Criadores de Animais de Pequeno e Médio Porte se envolveu nessa edição, pois se pretendia montar uma fazenda dentro da Brasital, para que o

visitante tivesse contato com criações de coelhos, codornas, *hamisters*, pavões, gansos e cisnes (O DEMOCRATA, 1996). A entrada de representantes da Fazenda Angolana no apoio à organização só fez crescer esse projeto que passou a contar com um grande restaurante que serviria comidas exóticas, entre elas as especialidades com carne de coelho e o churrasco de javali (GAZETA MAIRINQUE, 1996; O DEMOCRATA, 1996).

Os projetos da fazenda e do restaurante exótico foram concretizados e dessa forma realizou-se em 04 de outubro de 1996 a inauguração da 4ª Expofloral, anunciada pela mídia como “Festa das Flores, Alcachofras e Vinhos de São Roque” (O DEMOCRATA, 1996), nota-se que o que antes era uma exposição de flores e plantas, em menos de 3 anos, havia se tornado uma nova festa são-roquense.

Sob o tema “100 anos de olimpíadas”, a organização esperava receber 120 mil visitantes entre os dias 04 e 20 de outubro, período em que a festa esteve aberta das 10h às 20h, de quinta a domingo (O DEMOCRATA, 1996).

Apresentou-se nessa edição uma estrutura de pavilhões completamente diferente daquela realizada nas três primeiras edições do evento. Dessa vez havia 6 pavilhões: (1) Pavilhão 1: Exposição e Decoração; (2) Pavilhão 2: Supermercado de Flores e Plantas + *stands* diversos; (3) Pavilhão 3: Restaurante de Alcachofra + Praça de Alimentação diversificada; (4) Pavilhão 4: Exposição de vinhos + *stands* diversos; (5) Pavilhão 5: Concurso de flores e *ikebanas* + *stands* diversos; (6) Pavilhão 6: Parque de diversão e lazer + *stands* diversos (O DEMOCRATA, 1996).

Esses *stands* que estavam espalhados pelos pavilhões eram a representação do setor industrial, por isso esses espaços ofertavam variedades como confecções, calçados, bolsas, bijuterias, acessórios, perfumes, cama, mesa e banho. O Pavilhão 5 foi projetado pela Aproflora e apresentava esculturas em flores, dentro do tema da edição. O Pavilhão 2 foi incrementado e passou a vender acessórios como terras, xaxins, sementes, vasos, suportes, cestas e etc. – esperava-se superar as vendas de 1995 que foram de 18 mil vasos diários. O Pavilhão 4 foi uma novidade nesta edição e consistia em uma praça reservada para as vinícolas locais, onde também eram encontrados *stands* dos produtores de alcachofra (O DEMOCRATA, 1996).

A estrutura do evento contou ainda com uma fazenda onde os visitantes interagiam com os animais e as crianças podiam passear de pônei. Além disso, foi

montada uma área onde os vídeos *games* mais modernos da época foram apresentados ao público (O DEMOCRATA, 1996).

Até o dia 6 de outubro, 18 mil pessoas já haviam visitando a 4ª Expofloral que em sua programação envolveu apresentações musicais e artísticas. Os pontos favoritos entre os visitantes eram: o espaço dos artesãos, o restaurante de pratos à base de alcachofra e o restaurante de pratos exóticos (GAZETA MAIRINQUE, 1996; O DEMOCRATA, 1996).

Após o encerramento da 4ª Expofloral foram divulgados na imprensa local registros sobre o bom desempenho dos vinicultores e a necessidade de adequação do espaço para que o evento pudesse continuar crescendo, pois nesse formato eram recebidos 10 mil visitantes por dia e a organização queria que esse número aumentasse (O DEMOCRATA, 1996; O CRUZEIRO DO SUL, 1997).

Diante dessa necessidade, anunciou-se em 1997 que a Expofloral seria realizada em outro local: o antigo recinto das Festas do Vinho no bairro do Junqueira. A área foi planejada para substituir o espaço antes utilizado pelas Festas do Vinho, para isso realizou-se uma reforma que custou em torno de R\$500.000,00, financiados pela Secretária de Estado de Esportes e Turismo (JORNAL DA ECONOMIA, 1997).

Há quase 10 anos não eram realizados eventos no recinto, por isso a necessidade de uma grande reforma¹⁰⁴ que contemplou transformações e adequações nas áreas dos sanitários e dos restaurantes, a substituição de vidros quebrados, construção de um estacionamento, sala de imprensa, sala de segurança, espaço para atendimento ao público, guarda volumes, instalação de bancos, pavimentação asfáltica – grande demanda desde as Festas do Vinho - e, principalmente, a retirada das barracas de alvenaria e de madeira que eram usadas nas Festas do Vinho. Os *stands* e barracas que foram utilizados nas novas edições dos eventos eram moveis para que pudessem ser adequados a cada proposta. A Prefeitura de São Roque pretendia, junto com a reforma, realizar melhoramentos na área da Cascata para que ela pudesse ser aberta ao público. Após a reforma, o Recinto Dr. Júlio Prestes foi reinaugurado e passou a ser

¹⁰⁴ Para que a reforma fosse realizada, necessitou-se transferir a Escola Circo que estava funcionando no antigo restaurante do recinto (JORNAL DA ECONOMIA, 1997).

popularmente conhecido como Recanto da Cascata (JORNAL DA ECONOMIA, 1997; O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

O Recanto da Cascata foi transformado em um Centro de Eventos que pretendia sediar atrações típicas e de forte apelo turístico (O DEMOCRATA, 1997).

De acordo com pesquisa realizada entre os visitantes, mesmo entre os que já estavam acostumados com a Expofloral na Brasital e consideravam que ela deveria ali permanecer, a maioria mudou de idéia *[sic]* ao conhecer o Recanto e suas potencialidades como 'um parque de eventos moderno e gabaritado para as mais diversificadas realizações' (O DEMOCRATA, 1997).

Perante a realização da reforma e dos recentes investimentos, a Prefeitura cogitou reeditar a Festa do Vinho em uma nova versão, porém preocupava-se em não adotar os moldes antigos para que o evento não tumultuasse o morador local. De qualquer forma, esse projeto estava se estruturando e não seria viável para o ano de 1997 (JORNAL DA ECONOMIA, 1997).

Assim sendo, em 1997 aconteceu a 5ª Expofloral que continuou terceirizada, de forma que a Prefeitura coordenava a organização realizada pela empresa contratada. O lucro dessa edição seria destinado para o Fundo de Turismo – recém-criado pelo Departamento Municipal de Turismo – a fim de que nas próximas edições a gestão financeira do evento fosse autossuficiente (JORNAL DA ECONOMIA, 1997).

O evento foi amplamente divulgado, como Festa de Flores, Alcachofras e Vinhos de São Roque, através de jornais, *outdoors*, *folders*, anúncios e comerciais por todo o Estado de São Paulo, principalmente na capital (JORNAL DA ECONOMIA, 1997; GAZETA DE ARAÇARIGUAMA, 1997; O CRUZEIRO DO SUL, 1997).

A inauguração do Recanto da Cascata e a abertura da 5ª Expofloral aconteceram no dia 10 de outubro de 1997, enquanto que o encerramento da festividade foi em 26 de outubro. O evento funcionou de sexta a domingo, das 9h às 21h. A tabela de preços informava que crianças até 10 anos possuíam gratuidade, excursões, estudantes e idosos pagavam R\$4,00; as sextas-feiras o preço único era R\$4,00; aos sábados e domingos, homens pagavam R\$7,00 e mulheres R\$4,00 – no dia do encerramento a organização fez uma promoção permitindo entrada franca a partir das 19h, para que o público assistisse ao *show* da dupla Gaspar e Baltazar. O estacionamento custava

R\$5,00 e o estacionamento *vip* R\$10,00 (GAZETA DE ARAÇARIGUAMA, 1997; O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

A disposição da festa pelo novo recinto consistia em: (1) Pavilhão de Exposições - área com mais de 2 mil m² de decorações e arranjos confeccionados com flores, onde 800 m² eram dedicados ao supermercado de flores, que passou a ser chamado de Garden Center, local em que podiam ser apreciadas e adquiridas as mais variadas flores, folhagens, vasos e arranjos; (2) Pavilhão do Vinho - onde 12 vinícolas da cidade expunham seus produtos à base de uva e ofereciam degustações aos visitantes, era uma área de aproximadamente 300m localizada entre o palco e a entrada; (3) Praça de Alimentação – havia uma churrascaria e outros empreendimentos gastronômicos que ofereciam grande variedade de pratos; (4) *Stand* especial – onde eram servidos pratos à base de alcachofra; (5) Pavilhão da Alcachofra – área onde a flor era exposta e comercializada (O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997)¹⁰⁵.

A decoração do Pavilhão de Exposições foi uma homenagem à Princesa Diana, falecida naquele ano, montada com muitas fotos, arranjos de flores e símbolos da realiza britânica. O público que passou pela exposição se emocionou e surpreendeu-se com a criatividade dos produtores (JORNAL DA ECONOMIA, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

A estrutura do evento envolvia também um PIT – Ponto de Informações Turísticas –, localizado dentro do recinto, onde profissionais informavam os turistas a respeito dos pontos turísticos e sobre as opções de empreendimentos turísticos que a cidade dispunha, além disso, eram distribuídos folhetos e informativos, ao mesmo tempo em que se aplicava uma pesquisa para levantamento do perfil dos visitantes¹⁰⁶ (JORNAL DA ECONOMIA, 1997).

Essa edição contou com a participação dos artesãos e artistas plásticos da cidade que expuseram e comercializaram suas obras durante os dias de realização da festa. No palco principal aconteceram diversos shows culturais que envolviam desde apresentações regionais até espetáculos de danças típicas de diversos países e atividades circenses, além de shows e atrativos voltados ao público infantil. Entre as

¹⁰⁵ Esses pavilhões foram padronizados para deixar o parque mais bonito e eram iguais os de Holambra: estruturas metálicas cobertas com lona (O CRUZEIRO DO SUL, 1997).

¹⁰⁶ Essa pesquisa revelou que os visitantes passam em média 4h no evento e, a maioria, faz uso dos serviços de alimentação (O DEMOCRATA, 1997).

atrações da 5ª Expofloral, a chuva de pétalas que aconteceu aos sábados e domingos, ao entardecer, foi a atividade preferida entre residentes e turistas, seguida pela queima de fogos que encerrava o evento todos os dias (JORNAL DA ECONOMIA, 1997; O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

A festa atraiu grande número de visitantes da região e da capital que ficaram impressionados com os produtos, atrações, decoração e infraestrutura. Entre os produtos expostos, a alcachofra foi apontada como o destaque do evento, pois além da boa safra e do aumento da produção no município, a variedade de produtos derivados da flor impressionou o público (O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

A 5ª Expofloral recebeu 30 mil visitantes, mas a organização acreditava que este número poderia ter sido maior se não fosse o mal tempo, no último final de semana, que prejudicou a afluência popular. (O DEMOCRATA, 1997).

O Prefeito Efaneu Godinho esteve à frente do projeto no ano de 1997 e acreditava que o principal objetivo havia sido alcançado, pois visitantes e residentes puderam ver no que o antigo recinto foi transformado. Além disso, afirmou que o futuro do evento estava sendo estudado, pois ele podia ser dividido em três festas: Festa das Flores, Festa das Alcachofras e Festa do Vinho, porém o poder público municipal temia que a futura Festa do Vinho tomasse as mesmas proporções da que era realizada até a década de 1980 (O CRUZEIRO DO SUL, 1997; O DEMOCRATA, 1997).

Diante dos bons resultados da 5ª edição, a 6ª Expofloral manteve-se no Recanto da Cascata e aconteceu do dia 10 de outubro a 1 de novembro de 1998. A abertura do evento deveria realizar-se na sexta-feira, porém um anticiclone passou pela cidade e, em consequência, além do cancelamento da solenidade, derrubou toda a ala de exposição que teve de ser recuperada de um dia para o outro (O DEMOCRATA, 1998).

Nesse ano o evento foi marcado pela homenagem às nacionalidades que participaram, segundo a organização, ativamente da formação da cultura brasileira: japonesa, alemã, italiana, espanhola e portuguesa. A bilheteria possuía preço único de R\$4,00, porém a partir das 19h a entrada era gratuita (O DEMOCRATA, 1998).

Na programação constavam-se *shows* e apresentações muito semelhantes às do ano anterior, apenas com o adendo das danças típicas dos países homenageados e do Baile da Primavera que foi a atração principal de alguns dias (O DEMOCRATA, 1998).

A parte estrutural do evento foi marcada pelo retorno da Aproflora que fazendo uso das homenagens às nacionalidades, preparou um Pavilhão de Exposições, descrito pelos visitantes como, exuberante, pois aliava a flora brasileira ao exotismo oriental e à simetria dos jardins europeus. O Pavilhão dos Vinhos também inovou e mostrou ao público como era o processo de fabricação do vinho no início do século, neste pavilhão estavam expostos alguns tonéis e equipamentos antigos, além de *stands* de queijos e salames artesanais e mais um que anunciava o parque de *Ski* que a cidade acabará de inaugurar. A grande novidade dizia respeito ao retorno do Parque de Diversões – comum nas Festas do Vinho – que estava instalado na parte superior do recinto, próximo ao Ginásio de Esportes (GAZETA DE ARAÇARIGUAMA, 1998; O DEMOCRATA, 1998).

A bilheteria final do evento registrou um público de 36 mil visitantes, 16 mil eram pagantes e 20 mil livres acessos, pois além da gratuidade do ingresso após as 19h, os grupos de escolas e entidades convidadas também não pagavam. Segundo a organização, o aumento de público, quando comparado com o ano anterior, foi decorrente das boas atrações e da mostra de produtos típicos com apelo turístico (O DEMOCRATA, 1998).

Apesar desse público, alguns expositores, principalmente os vinicultores, reclamaram da fraca divulgação e, por isso, pediam a volta imediata das Festas do Vinho em julho (GAZETA DE ARAÇARIGUAMA, 1998). Aliás, esse assunto voltou a ser pauta da imprensa local, quando Vanderlei Rosa e Carlos Mello publicaram um artigo intitulado “Santo de casa não faz milagres” alegando que a população são-roquense havia se esquecido da produção vinícola que um dia foi o carro chefe da economia local, enquanto que por todo o Brasil, São Roque ainda era conhecida como a Terra do Vinho e os produtos vinícolas serviam como cartão postal do município, mesmo que os moradores tenham se esquecido disso. Por esse motivo, eles mostraram-se indignados com a suspensão do evento, já que a administração pública considerava o turismo como grande agente de desenvolvimento da época (ROSA; MELLO, 1998).

Porém, ao que tudo indica, essa especulação midiática não refletia a opinião da população, por isso, quando o retorno das Festas do Vinho voltou a ser discutido em 1999, o Secretário de Esporte, Turismo e Lazer de São Roque afirmou que não havia condições desse retorno por causa da falta de estrutura municipal para aquele formato

de evento e porque as vinícolas são-roquenses não dariam conta da demanda de produtos vinícolas consumidos na Festa. Pontuou também que a Prefeitura estava dedicando-se à Expofloral, onde o vinho tinha espaço e, segundo o Prefeito Efanu, era o produto mais beneficiado, pois possuía uma área dedicada exclusivamente à vinicultura, onde os produtores tinham liberdade para trabalharem os produtos como quisessem (JORNAL DA ECONOMIA, 1999).

A 7ª Expofloral objetivava consagrar-se como um grande evento, configurando-se como a maior e mais próspera das edições, a audaciosa organização pretendia que o evento fosse considerado a maior exposição a céu aberto da América Latina (O CRUZEIRO DO SUL, 1999). Para alcançar esse objetivo, a Prefeitura contratou a empresa Nova Brasil para realizar o marketing da festa que devido à antecedência conseguiu bons resultados. Entre eles, o fato de 92% dos espaços disponíveis¹⁰⁷ para comércio terem sido alugados em 13 dias, deixando outros 40 interessados na lista de espera. O aluguel dos *stands* totalizava um rendimento de R\$ 78,8 mil, que junto com a previsão de faturamento da bilheteria de R\$280 mil, aumentava, cada vez, mais a perspectiva de lucro dessa edição, que chegava à 1 milhão de reais (O CRUZEIRO DO SUL, 1999; O DEMOCRATA, 1999).

Outra ação de marketing bem sucedida foi a criação dos mascotes do evento – Flor, Alcachofra e Vinho – junto com o mascote do *Ski Mountain Park*, que foi o apoio da Prefeitura de São Roque na realização da Expofloral de 1999. Tais personagens percorreram diversos eventos, principalmente feiras agroindustriais, do interior paulista onde faziam panfletagem¹⁰⁸ (O CRUZEIRO DO SUL, 1999; O DEMOCRATA, 1999).

Estruturalmente essa edição apresentou algumas mudanças, como a abertura da trilha que deu acesso à Cascata e ao Ginásio de Esportes. Essa reforma custou cerca

¹⁰⁷ “Dos 82 pontos disponíveis, apenas 6 estão vagos, sendo 1 no setor G (restaurantes) e cinco no setor A, que deve comportar grandes empresas. Os setores reservados para o mini shopping (com 30 estandes), para a feira hipie (12 áreas), para o *fast food* (8 lojas de 64 metros quadrados), e para os vinhos (também 12 pontos de vendas) foram totalmente comercializados. Os espaços para exposição de flores e alcachofras não foram contabilizados, pois ainda estão em negociação com os expositores. Devido à grande procura por espaços na festa, a Comissão está estudando colocar mais 20 pontos espalhados na área do parque de diversões para pequenos comércios, como venda de balões e guloseimas” (O DEMOCRATA, 1999).

¹⁰⁸ A presença dos mascotes em um evento em campinas conseguiu confirmar 28 excursões para a 7ª Expofloral (O DEMOCRATA, 1999).

de R\$500 mil e ampliou a área do evento de 20 mil m² para 50 mil m², desses, 2,5 mil m² foram de jardins e 350 m de uma passarela rústica que serpenteou a área da cascata (JORNAL DA ECONOMIA, 1999; O DEMOCRATA, 1999).

Instalaram-se os habituais pavilhões, restaurantes diversos e especializados em alcachofra, mini *shopping* com *stands* de doces, artesanatos e etc., feirinha *hippie*, lanchonetes *fast foods*, mini zoológico, salão de recreação com palhaços e gincanas, trilha ecológica e parque de diversões. No pavilhão de vendas de flores, os 25 produtores presentes inovaram ao oferecer dicas aos visitantes sobre como cuidar de suas plantas. No pavilhão da alcachofra estavam expostos 15 dos 20 produtores são-roquenses que foram beneficiados com uma das maiores novidades dessa edição: aulas de culinária que ensinavam técnicas de limpeza e preparo da alcachofra (EXPOFLORAL, 1999; O CRUZEIRO DO SUL, 1999; O DEMOCRATA, 1999).

A 7ª Expofloral aconteceu de 1 a 17 de outubro de 1999 e eram esperados 70 mil visitantes, quase o dobro do ano público recebido no ano anterior. O evento foi aberto de sexta a domingo e feriados, a partir das 10h. O ingresso custava R\$4,00, após às 20h era gratuito e as sextas-feiras podia ser substituído por um quilo de alimento para as entidades beneficentes do município (EXPOFLORAL, 1999; O DEMOCRATA, 1999).

Apresentado como um evento família, a programação artística da 7ª Expofloral, como nas edições anteriores, apresentou-se muito diversificada. As danças típicas internacionais foram bem recebidas em 1998 e por isso repetiram-se. Grupos de seresta e orquestras da região apresentaram-se todos os finais de semana, além dos *shows* com artistas renomados, como o grupo Ira, que foram proporcionados através do apoio da Rádio Transamérica. Ademais, apresentaram-se pelo recinto *shows* itinerantes e intervenções de *clows* (EXPOFLORAL, 1999; O DEMOCRATA, 1999). Esse ano, a programação teve também bingo, baile da terceira idade e apostava nas noite típicas – Noite Japonesa, Noite Italiana, Noite Portuguesa (EXPOFLORAL, 1999; O DEMOCRATA, 1999). Acredita-se que a tematização das nacionalidades tenha feito sucesso na edição anterior e por isso tais atrativos foram mantidos.

Durante todo o evento foram recebidos 82 mil visitantes, superando as expectativas da organização. Estiveram presentes muitas excursões, entre elas

destacaram-se as originárias de outros estados, principalmente Rio de Janeiro, Minas, Bahia e Paraná (O DEMOCRATA, 1999).

Entre os visitantes, o aproveitamento da área verde do Recanto da Cascata foi foco de bons comentários, junto com a alcachofra que nessa edição estava mais popularizada, pois além dos pratos ofertados nos restaurantes, as lanchonetes começaram a fazer uso da flor em pratos rápidos como pastéis, tortas e pizzas (O DEMOCRATA, 1999).

Para a organização o objetivo dessa edição foi cumprido e sua realização, um sucesso. Os vinicultores acreditavam que a Expofloral estava lembrando os visitantes que São Roque era a Terra do Vinho (O DEMOCRATA, 1999). Nota-se que a cada ano, o vinho ganhava maior participação no evento e, aos poucos, estava se tornando o principal produto, tanto que nos folders de divulgação da 7ª Expofloral encontrava-se forte divulgação do bairro das adegas – que em 1998 viria a se tornar o atual Roteiro do Vinho.

A 8ª edição da Expofloral aconteceu nos anos 2000 e foi apresentada como Festa das Alcachofras, Flores, Vinhos e Produtos Orgânicos de São Roque. O evento começou no dia 22 de setembro e esperava receber mais de 100 mil visitantes, 50% deles no encerramento no dia 16 de outubro. Nas sextas-feiras a entrada era franca e aos sábados e domingos custava R\$5,00, porém após as 19h era gratuito (O DEMOCRATA, 2000).

A inclusão dos produtos orgânicos na oferta do evento foi a maior novidade desse ano que teve o paisagismo incrementado e a instalação de uma grande lanchonete e *chopperia* no Ginásio Municipal, com isso o parque de diversões foi transferido. Além dessas alterações, o restante da estrutura, bem como a programação, manteve-se semelhante às edições anteriores (O DEMOCRATA, 2000).

Após o encerramento, os vinicultores repararam a presença de novos consumidores, pessoas que estavam conhecendo os vinhos de São Roque através da festa, o que foi tido como o maior lucro que o evento poderia ter gerado. A organização avaliou a 8ª Expofloral dizendo que o evento estava consolidado como o maior evento turístico do município, onde São Roque exibia todas as suas belezas e potencialidades (O DEMOCRATA, 2000).

Diante disso, realizou-se em 2001 a 9ª Expofloral, divulgada como a “Uma festa que vale por três!”, justamente por explorar as flores, alcachofras e vinhos (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001; O DEMOCRATA, 2001). Essa edição que foi organizada pela Prefeitura de São Roque e patrocinada pelo Banespa, *Schincariol* e Vioeste, inaugurou-se no dia 5 e foi encerrada no dia 21 de outubro, funcionando de sexta a domingo e feriados, das 10h às 22h. Na bilheteria o ingresso custava R\$5,00 todos os dias, após às 19h era R\$1,00 (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001; O DEMOCRATA, 2001).

Para a organização dessa edição da Expofloral a Prefeitura encontrava-se em dificuldades financeiras e vislumbrava no aluguel dos espaços, na bilheteria e nos patrocínios um retorno positivo aos cofres públicos. Para que a festa atingisse tal objetivo, além das providências sobre sinalização, segurança e trânsito, houve algumas modificações administrativas, como a mudança do plano de mídia, com o objetivo de atingir novos mercados, e físicas como a construção de um fraldário, reforma dos *stands*, troca das tubulações de esgoto e instalação de um PIT em parceria com a iniciativa privada (O DEMOCRATA, 2001).

Houve, em 2001, a montagem de um enorme garrafão que jorrava vinho, simbolizando, segundo a organização, as tradições são-roquenses. O restante da parte estrutural do evento manteve-se como vinha sendo em outras edições, com restaurantes de comidas típicas, artesanatos, vinhos, flores, mini zoológico, lanchonetes e etc. que totalizaram 150 expositores¹⁰⁹. A programação também não apresentou alterações, entre *shows*, teatros, danças e brincadeiras, o principal destaque foi a prioridade aos são-roquenses que foram responsáveis por 25 apresentações de palco. Isso porque, tanto na programação como nos espaços de exposição, a organização preferiu os moradores locais, como forma de incentivo e valorização (O DEMOCRATA, 2001).

Entre as atividades preferidas dos visitantes estavam as oficinas de modo de preparo de alcachofra, os métodos de produção vinícola, o passeio na trilha e o grande garrafão de vinho que foi cenário de muitas fotos. A praça de alimentação, a segurança, limpeza, tranquilidade e “clima acolhedor e descontraído” também foram muito

¹⁰⁹ Nesse ano estavam expostos 14 vinícolas que dispunham de 30 variedades de bebidas. A alcachofra teve um aumento e registrou 750 mil flores (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001).

elogiados (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001; O DEMOCRATA, 2001). Mesmo com tantos elogios, a falta de flores para comercialização, tanto pela variedade quanto pela quantidade, não passou despercebida pelos visitantes (O DEMOCRATA, 2001).

A mídia esteve muito presente durante os dias de evento, houve cobertura jornalística de TVs, jornais e rádios que noticiavam o evento: “Além do belíssimo recinto, a grande atração da Expofloral continua sendo a gastronomia, principalmente a alcachofra e o vinho, enquanto as flores embelezam e complementam a festa” (O DEMOCRATA, 2001). Nota-se que a exposição de flores estava sendo diminuída a cada edição.

A festa encerrou-se totalizando o recebimento de 70 mil visitantes. Além da exposição, foi notado intenso movimento em outros pontos turísticos da cidade e restaurantes, o que pode ter levado ao crescente número de turistas que foram de automóveis, enquanto que o número de excursões não foi expressivo (O DEMOCRATA, 2001).

Após a divulgação dos resultados da 9ª edição da Expofloral, o Prefeito Zito Garcia enfatizou importância do evento para os diversos setores da economia e para o desenvolvimento do município, salientando que a política de preços e mídia refletiu no público diferenciado que o evento recebeu (O DEMOCRATA, 2001). Supõe-se que o Prefeito se referia à predominância de visitantes particulares em detrimento as excursões, que nesse ano foram minoria.

Em 2002, sob o *slogan* “Cores e Sabores de São Roque” realizou-se a 10ª Expofloral, de 4 a 20 de outubro, sempre de sexta a domingo, das 10h às 22h. Os ingressos custavam R\$3,00 às sextas, R\$4,00 aos sábados e R\$5,00 aos domingos (O DEMOCRATA, 2002).

Essa edição do evento foi organizada pela Santa Casa de Misericórdia que terceirizou a operacionalização para a empresa Nova Brasil e contou com o apoio da Prefeitura. A entidade de saúde beneficiou-se com o lucro do evento que pretendia receber 155 mil visitantes e tinha como objetivo “divulgar a cultura local, voltada para a tradicional vitivinicultura e plantação de alcachofra, além de levar o nome de São Roque como Estância Turística e seus atrativos” (O DEMOCRATA, 2002).

A organização pretendeu levar a Expofloral de volta as suas origens, por isso todo o recinto foi decorado com muitas flores, foram cerca de 30 mil mudas fornecidas e dispostas pela colônia japonesa (O DEMOCRATA, 2002).

Nesse ano, a decoração foi feita pelo artista plástico e carnavalesco Mauro Santos, da Escola Imperatriz Leopoldinense do Rio de Janeiro, que se inspirou na Lenda do Guaianazes¹¹⁰ para construir 38 esculturas¹¹¹ que tinham de 1 a 12 metros. Esse tema foi usado para lembrar a fundação de São Roque, pois esses índios habitavam a região quando o fundador Pedro Vaz se instalou com sua família. A decoração contou em 9 cenas, montadas no *deck* da cascata, que retratavam a história da humanidade sob o olhar dos índios da região (O DEMOCRATA, 2002).

A 10ª Expofloral apresentou três novidades ao público: (1) fachada de 12 metros de altura que anunciava o evento; (2) exposição de arte dos artistas locais montada no Ginásio de Esportes, onde 20% das vendas foram para a Santa Casa e (3) a ampliação do mercado de flores que teve mais de 100 espécies e foi dividido em outros dois espaços destinados à exposição e venda de flores e um terceiro exclusivo para orquídeas, onde os visitantes eram instruídos sobre os cuidados com as plantas (O DEMOCRATA, 2002).

A programação artística e de entretenimento, bem como as outras áreas de exposição mantiveram-se como em outras edições. No espaço das adegas estavam expostos 14 vinicultores, na exposição de flores eram 25 produtores que ganharam destaque especial por causa do tema e das demandas da 9ª edição, no mini *shopping* existiam 39 expositores. A área dedicada às aulas sobre os modos de preparado da alcachofra mantiveram-se e foram popularizadas, dado ao aumento da oferta de pratos à base da flor realizada desde 2001 (O DEMOCRATA, 2002).

¹¹⁰ Os Guaianazes acreditavam que a humanidade era originada das flores que uma deusa plantava. Conta a lenda que, com o aumento da população, a deusa dividiu os povos colocando entre eles os oceanos e criou um arco-íris como ponte de comunicação entre as civilizações. Os índios que tentaram atravessar a ponte e caíram na água, transformaram-se em peixes. No caso dos índios que estavam na região de São Roque, o artista imaginou que eles acreditam que as terras entre eles fossem separadas pelos Ribeirões Carambeí e Araçaí (O DEMOCRATA, 2002).

¹¹¹ As esculturas eram produzidas em isopor e pintadas com verniz e resina, depois foram instaladas com muita iluminação e alguns movimentos (O DEMOCRATA, 2002).

Percebeu-se com 10ª Expofloral um afastamento do poder público ao delegar a organização e lucros do evento à outra instituição, ao mesmo em que se notou a preocupação em resgatar as flores enquanto uns dos produtos principais do evento. Afinal, por causa delas surgiu a Expofloral e também eram apresentadas juntamente com as alcachofras e os vinhos, mas no evento, a cada ano, foram perdendo notoriedade.

Com a abertura em 02 de outubro e encerramento em 19 de outubro de 2003, realizou-se a 11ª Expofloral que também foi organizada pela Santa Casa, com patrocínio do Banespa. Nesse ano o evento funcionou de quinta a domingo, com preço único de R\$5,00 até às 19h e R\$1,00 após esse horário (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

Os organizadores tiveram pouco tempo para preparar o evento e por isso gastaram mais de R\$120 mil em divulgação e confiaram nas recomendações e no público fiel, além da mídia espontânea dos meios de comunicação. Diante disso, os organizadores não esperavam muitas excursões, mas, mesmo assim, receberam mais de 200 ônibus (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

O evento com capacidade para 75 expositores organizou-se da mesma maneira que a edição anterior, apenas o número de vinícolas diminuiu para 11. As atrações continuaram mantendo o padrão estabelecido nos últimos anos, diferenciando-se apenas pelas atividades para o público infantil, que tinham como tema o Sítio do Pica Pau Amarelo e por isso personagens andavam pelo evento interagindo com crianças (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

Durante a 11ª Expofloral, os turistas estavam satisfeitos e elogiaram a gastronomia local e a decoração, mas também comentaram que as flores eram melhores em outras edições do evento. Ao mesmo tempo, os moradores locais reclamaram dos preços que estavam muito acima da média municipal. Os vinicultores disseram que precisavam “brigar” pelo consumidor, porque a maioria experimentava, mas não comprava¹¹². Os artesãos não estavam satisfeitos com a exposição montada no Ginásio de Esportes, eles alegaram que muitos turistas não iam até lá, por isso

¹¹² Neste ano foram vendidas 35 mil alcachofras, 30 mil garrafas de vinho e 23 mil vasos de flores (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

reivindicavam por um espaço mais próximo da praça principal do evento (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

Os responsáveis pela Santa Casa declararam que a festa é um importante meio de divulgação da cidade e de seus produtos típicos, pois perceberam que outros pontos da cidade estavam movimentados durante os dias da Expofloral (O DEMOCRATA, 2003).

No final de semana do feriado, no sábado, dia 11 o trânsito nas imediações do evento ficou completamente congestionado, mas a polícia rodoviária conseguiu controlar, porém no domingo, dia 12 de outubro, a quantidade de carros foi superior e as filas estavam chegando ao centro da cidade, por isso, a organização abriu o campo do Estádio Quintino de Lima – ao lado do Recanto da Cascata – e conseguiu estacionar mais de 500 veículos (JORNAL DA ECONOMIA, 2003). Durante os outros dias do evento o Estádio continuou funcionando como estacionamento, inclusive até os dias de hoje.

Pretendia-se receber 100 mil visitantes ao longo do evento, porém os cálculos da bilheteria final registraram 70 mil, desses 67268 eram pagantes - 18016 no primeiro final de semana, 16480 no segundo e 32772¹¹³ no terceiro -, porém a organização esperava um número maior, mas acreditaram que as condições climáticas desfavoreceram o segundo final de semana (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

Entre os valores arrecadados na bilheteria e no estacionamento, o total angariado foi de R\$390 mil, subtraíram-se os R\$350 mil de custo e, por fim, R\$40 mil de lucro foram destinados a Santa Casa. Apesar do bom valor, os organizadores acreditavam que poderiam ter economizado cerca de R\$50 mil se tivessem organizado o evento com mais antecedência, por esse motivo pediam que a Prefeitura determinasse isso antes, pois até tema para a próxima edição eles já tinham – João e Maria – e queriam poder conseguir patrocinadores (JORNAL DA ECONOMIA, 2003; O DEMOCRATA, 2003).

No ano seguinte, em mais uma tentativa de trabalhar o vinho como produto turístico da cidade, o *Ski Mountains Park* realizou o 1º Festival do Vinho de São Roque. O evento pretendia estimular o consumo da bebida e, segundo os organizadores,

¹¹³ No último domingo foram 10.200 pagantes, desses 8.900 visitaram o evento antes das 18h (O DEMOCRATA, 2003).

“resgatar a vocação turística da cidade”, pois achavam que a Expofloral era muito abrangente e não explorava o vinho como deveria (O CRUZEIRO DO SUL, 2004). Nesse Festival, os visitantes podiam comprar e degustar vinhos, queijos, *foundues*, caldos e etc., pois paralelamente acontecia o Festival de Caldos. O parque preparou essa programação para sua alta estação, no inverno. A entrada era franca e toda a estrutura do parque podia ser utilizada pelos visitantes dos eventos (O CRUZEIRO DO SUL, 2004). Nos anos seguintes, o parque passou a realizar o Festival de Inverno que envolvia todas essas atrações em um formato consolidado, cujo objetivo era atrair turistas para a cidade através das diversas potencialidades (JORNAL DA ECONOMIA, 2008).

Até julho de 2004, a Prefeitura não havia anunciado qualquer informação sobre a organização da Expofloral, apenas em agosto confirmou-se que o CAS – Centro de Ação Social da Prefeitura da Estância Turística de São Roque - iria responsabilizar-se pelo evento¹¹⁴. Para aprovação desse projeto, os vereadores fizeram duas emendas: (1) Se a instituição decidisse terceirizar a organização, deveria ser para uma empresa da cidade; (2) O evento passaria a durar 4 finais de semana e não 3 como vinha sendo. Cogitou-se também mudar o nome da Expofloral para Festa das Flores, Vinho e Alcachofras, mas esse projeto não foi aprovado (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

Através da realização da 12ª Expofloral, o CAS beneficiou 5 programas sociais do município: Centro de Integração da Cidadania, Pronto Atendimento Santo Ângelo, Centro de Convivência do Idoso, SOS Bombeiro no Resgate da Cidadania e Casa da Criança (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

Conforme previsto, a organização do evento foi terceirizada para Nova Brasil que esperava receber 120 mil visitantes e de 600 a 800 excursões. O Banco do Brasil, Nossa Caixa Econômica Estadual, *Penalty*, *Schincariol*, Supermercado São Roque, Grupo Santander/Banespa, Viaoeste e *Alpha Inn* Hotel foram os patrocinadores da festa (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

¹¹⁴ A Santa Casa interessava-se em organizar o evento nesse ano, mas a Prefeitura convidou muito tarde e, por acharem o tempo de organização muito curto, negaram a proposta. A justificativa da Prefeitura para a demora do anúncio era a eleição, que aconteceria no primeiro domingo de outubro, e realização do evento dependia da liberação do Fórum Eleitoral que determinou o início do evento no segundo final de semana do mês (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

Dessa forma, de 8 a 24 de outubro, aconteceu a 12ª Expofloral que abria de sexta a domingo e feriados, e o ingresso custava R\$4,00 às sextas, R\$5,00 aos sábados e domingos até as 18h, quando se reduzia o valor para R\$2,00. O Estádio Quintino de Lima continuou funcionando como estacionamento e custava R\$5,00 (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; JORNAL DO COMÉRCIO E CIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

Essa edição foi marcada pelos benefícios que proporcionou aos munícipes, isso porque o CAS, enquanto entidade social, preocupava-se com a interação deles com o evento. A 12ª Expofloral teve um investimento de meio milhão e gerou 512 empregos, desses 150 eram diretos. Isso foi possível porque a empresa Nova Brasil fez um cadastramento dos residentes interessados em trabalhar nas barracas e nos serviços. Além existiram daqueles empregos indiretos através das empresas terceirizadas que contratam funcionários temporários para atender ao evento. A contratação desses funcionários movimentou R\$150 mil na economia local (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

O comércio local também se beneficiou, os hotéis estavam com altas taxas de ocupação, enquanto que os bares, padarias e restaurantes triplicaram suas vendas (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

A programação baseou-se em *shows* e apresentações, de palco e itinerantes, semelhantes aos anos anteriores, porém dessa vez, assim como em 2003, houve preferência pelos artistas locais. Os alunos dos cursos de turismo da cidade também estiveram presentes, eles ofertaram passeios turísticos aos visitantes, onde, por R\$1,00 por pessoa, grupos eram levados ao centro da cidade e as adegas (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

A estrutura do evento registrou uma queda no número de expositores eram 13 vinicultores, 8 produtores de alcachofra e 12 de flores. O artesanato correspondia a 40 *stands* e o mini *shopping* a outros 50. Para a alimentação, havia 4 restaurantes e 25 barracas de refeições rápidas. A estrutura para crianças também era semelhante às anteriores, mas o tema foi a Floresta Mágica, onde em meio a mata eram encontrados gnomos, fadas e duendes, além da realização de gincanas e outras atividades. Na

decoração¹¹⁵, os símbolos dessa edição foram 30 cata-ventos gigantes e coloridos que estavam espalhados pelo Recanto da Cascata (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; JORNAL DO COMÉRCIO E CIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

A 12ª Expofloral recebeu 107 mil visitantes, registrando recorde de público entre as edições do formato. Os turistas pontuaram a gastronomia como o carro chefe do evento, essa opinião popular pode ser resultado do aumento no número de *stands* e restaurantes, porém disseram que as filas estavam imensas e demoradas, pois todos queriam provar a “famosa alcachofra de São Roque” (JORNAL DA ECONOMIA, 2004). A exposição de flores foi considerada pequena e muito acanhada para o tamanho da festa, inclusive os turistas disseram que as flores não eram protagonistas como os vinhos e alcachofras, eles acham que elas estavam “apenas para dar mais graça ao evento” (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

Os elogios tanto dos turistas como da imprensa, foram direcionados à capacitação dos profissionais, qualidade dos produtos e serviços e ao destaque dado aos vinhos e alcachofras (JORNAL DA ECONOMIA, 2004; JORNAL DO COMÉRCIO E CIA, 2004; O DEMOCRATA, 2004).

Segundo Ana Lucia Salvetti, diretora do CAS, o objetivo dessa edição foi alcançado:

Divulgamos São Roque como Estância Turística, valorizamos as alcachofras, os vinhos e as flores como produtos municipais, garantimos o emprego para mão de obra local, tanto de prestadores de serviços como músicos e artistas plásticos, mostramos excelência no atendimento ao turista para que ele divulgue e retorne à cidade e, principalmente, creio, conseguimos, com esta festa, incentivar a profissionalização de todos aqueles que desejam participar de nossos eventos (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

Apesar dos bons resultados do CAS na organização do evento, sem maiores explicações, o Sindusvinho assumiu essa responsabilidade no ano de 2005, com a qual se mantém até hoje, concretizando a meta definida em 1995 de se tornarem os protagonistas do evento, neste caso não como produto, mas na organização.

¹¹⁵ Alguns objetos usados na decoração, como flores ornamentais, cachepôs, floreiras e painéis, foram leiloadas no último dia e a renda revertida para entidades assistenciais (JORNAL DA ECONOMIA, 2004).

O Sindusvinho assumiu a organização do evento com o objetivo de ampliar a divulgação e a produção dos produtos da terra, além de incrementar o turismo da cidade (SINDUSVINHO, 2013).

Para dar início aos preparativos do evento daquele ano, o sindicato contratou Antônio Renzo, profissional que trabalhou na organização da Expoflora – Festa das Flores - de Holambra, para ser o coordenador desse novo projeto¹¹⁶ (RENZO, 2013)

A primeira alteração que o Sindusvinho realizou foi a troca do nome do evento de Expoflora para Expo São Roque. Segundo Renzo (2013) essa mudança se deu logo após sua contratação e se justificava necessária, pois Expoflora se confundia com a Expoflora que acontece em Holambra-SP, para o coordenador do evento, essa semelhança nominal fazia do evento são-roquense um genérico do realizado em Holambra e, a seu ver, São Roque tinha que ter um evento autêntico.

Além disso, a mudança de nome se deu por causa da oferta de produtos no evento. Expoflora remetia à oferta de flores e alcachofras (Flor + al), mas São Roque não era tinha tradição no cultivo de flores e, para suprir as necessidades desse evento, as flores eram fornecidas por colônias japonesas da região, mas não do município de São Roque (RENZO, 2013).

Escolheu-se o novo nome para que quando o evento aparecesse nas mídias levasse consigo toda a cidade, a Expo São Roque tornou-se então a feira de exposições de tudo o que é produzido em São Roque. Segundo Renzo (2013) o produto de qualquer artesão, vinícola ou artista local faz parte desse grande guarda-chuva que se tornou a Expo São Roque. De acordo com o coordenador do evento “Tudo o que a cidade tem de melhor, através de seus atrativos, através da sua cultura, a gente traz pro [sic] guarda-chuva da Expo São Roque” (RENZO, 2013).

Nota-se que o evento passou a ser anunciado como Expo São Roque: alcachofras e vinhos. Quando questionado sobre isso, Renzo (2013) diz que apesar da

¹¹⁶ Dessa forma, todos os vinicultores são-roquenses, associados ao Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque, participam, indiretamente, da organização do evento. O sindicato realiza reuniões onde são traçadas as metas e discutido as principais decisões para o evento, mas quem de fato organiza, em nome do Sindusvinho, é o Antônio Renzo. Para ele, os vinicultores são empresários e possuem muitas atividades e compromissos, por isso ele foi contratado para organizar tudo em nome do sindicato e dos produtores.

cidade de Piedade possuir maior produção de alcachofras, São Roque também apresenta tradição do cultivo da espécie, além do histórico de tradição com o vinho. Para ele, esses são os principais produtos do evento, pois simbolizam a cultura e a tradição do são-roquense e por isso possuem um maior destaque, sem pretensão de menosprezar os outros produtos presentes no evento.

Dessa forma realizou-se em 2005 a 13ª Expo São Roque, a numeração continuou sequencial, porque para o Sindusvinho era o mesmo evento sob uma nova concepção (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005). A Prefeitura apoiava completamente esse novo projeto e acreditava que o evento tinha ganhado um caráter mais abrangente e poderia divulgar todo o potencial turístico de São Roque, com destaque as alcachofras e vinhos que já eram produtos tradicionais reconhecidos nacionalmente (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

No início dos preparativos, a organização fez contato com órgãos de informação, como TVs, rádios, jornais, revistas e etc., por isso, havia grande expectativa para essa edição do evento. Diversas mudanças foram anunciadas, entre elas a reforma de algumas áreas do Recanto da Cascata, como sala de imprensa, estacionamento, sanitários, ampliação dos espaços para *shows* e revitalização das áreas verdes (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

A abertura aconteceu no dia 7 de outubro e o encerramento no dia 23 de outubro de 2005. O evento funcionava de sexta a domingo, das 10h às 22h e o ingresso custava R\$8,00 todos os dias até às 18h, quando o valor era reduzido para R\$3,00. No estacionamento era cobrado R\$10,00 até às 18h e R\$5,00 depois desse horário (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

A decoração e ambientação do local foram feitas reproduzindo a história de São Roque. Logo na entrada havia um túnel do tempo para que os visitantes conhecessem a Vila de São Roque do século XIX (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

A parte estrutural passou a apresentar 13 vinícolas, 8 lanchonetes, 3 restaurantes, 1 minimercado destinado à comercialização de alcachofras *in natura*, 1 Garden Center - antigo mercado de flores -, além de outros 17 *stands* diversos. Apesar de ter menos expositores, a proposta da organização era deixar o Recanto menos

poluído visualmente e com produtos mais selecionados e de maior qualidade (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

Outras atrações eram os *shows* e apresentações que nesse ano foram realizados por artistas mais consagrados do que nos anos anteriores, além disso, havia um museu do vinho, parque de diversões, trilha ecológica, feira de artesanato e etc. Aquelas oficinas sobre modos de preparo das alcachofras que aconteciam em outras edições foram transformadas no Espaço Gourmet, onde o *chef* José Osley ensinava receitas, técnicas e truques sobre o preparo da flor (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

A grande novidade, entre as atrações, era a Pisa da Uva – antigo ritual utilizado na fabricação do vinho – que era reproduzida todos os dias às 17h e contava com a participação popular ¹¹⁷. Pretendia-se que os visitantes saudosistas ou curiosos verificassem *in loco* como era feito o vinho antes das máquinas (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005). Essa apresentação foi a forma que a organização encontrou de demonstrar o resgate das tradições dos vitivinicultores são-roquenses e, apesar desse método não ser mais utilizado, Dias e Goés (2011) acreditam que essa seja uma prática cheia de significados para os são-roquenses.

A 13ª Expo São Roque esperava receber 80 mil visitantes, mas recebeu 68 mil, originários de diversos estados brasileiros. A presença do morador local, segundo a organização, foi maior do que em outras edições, eles estiveram presentes, principalmente, nas atividades noturnas (JORNAL DA ECONOMIA, 2005; O DEMOCRATA, 2005).

Para os visitantes, a Pisa da Uva foi o ponto alto da festa, além dos espaços dos vinhos e das alcachofras. Para a organização o evento foi um sucesso e tornou-se um marco na história do desenvolvimento turístico da cidade. Sobre isso, Claudio Góes, presidente do Sindusvinho, disse:

Com o novo conceito que atribuímos à festa, privilegiando a gastronomia à base de alcachofra e os vinhos tradicionais da região, acreditamos ter atingido nosso

¹¹⁷ Na Pisa da Uva, ao som da Tarantella, os visitantes são convidados a entrarem em tinas de 2 metros cada uma, com mais de 300 kg de uva, e pisarem as nas uvas até produzir o bagaço o vinho. O vinho produzido artesanalmente com esse bagaço é comercializado no ano seguinte como lembrança do evento.

objetivo de reforçar o potencial turístico da cidade e a imagem positiva e hospitaleira que São Roque conquistou (O DEMOCRATA, 2005).

A 14ª Expo São Roque realizou-se em 2006, quando o Sindusvinho comemorava 70 anos – coincidentemente, Bodas de Vinho -. Por esse motivo a festa foi uma homenagem aos pioneiros na vinicultura são-roquense (O DEMOCRATA, 2006). Esse enfoque na vinicultura confirmou a transformação da Expo São Roque em um novo formato das Festas do Vinho. Há muito tempo especulava-se, mas, nesse ano, o evento não apresentou a essência das primeiras Expoflorais, mas sim um aprimoramento das propostas das Festas do Vinho.

Sobre isso, Dias e Goés (2011), Renzo (2013) e Martins (2013) também acreditam que a Expo São Roque seja um novo formato das Festas do Vinho. Para o coordenador do evento, o grande diferencial da Expo São Roque era a pretensão de trazer a família para o evento e acabar com a imagem de vulgaridade que sondava o nome das Festas do Vinho.

A festa aconteceu do dia 6 ao dia 29 de outubro, aos sábados, domingo e feriado, das 10h às 22h. O ingresso custava R\$8,00 até às 18h e R\$3,00 após esse horário (JORNAL DA ECONOMIA, 2006; O DEMOCRATA, 2006).

Novamente o recinto passou por reformulações, foram instalados mais bancos e climatizadores. A organização esperava receber 100 mil visitantes nessa edição (JORNAL DA ECONOMIA, 2006; O DEMOCRATA, 2006).

No que se refere à programação e atrações artísticas, a 14ª edição foi muito semelhante à sua antecessora. A parte estrutural apresentou 2 novidades: (1) Salão de Artes: área montada no Ginásio de Esportes, dedicada à exposição de obras de artistas locais; e (2) Feirinha: espaço dedicado aos antigos *stands* de artesanatos, doces e lembrancinhas (JORNAL DA ECONOMIA, 2006; O DEMOCRATA, 2006).

A organização notou a presença de muitas famílias, fazendo com que a festa cumprisse mais um de seus objetivos que era o de reunir as famílias em momentos de lazer (O DEMOCRATA, 2006).

As atrações preferidas pelos turistas foram: o mercado da alcachofra¹¹⁸, o salão dos vinhos, o espaço gourmet, a pisa da uva e a trilha da cascata¹¹⁹. Muitos disseram que a exposição de flores era pequena e muito concorrida, pois o número de interessados não cabia no espaço disponível, situação semelhante aconteceu na área dos artesanatos. Outros visitantes pontuaram que faltou divulgação e informações na internet (JORNAL DA ECONOMIA, 2006; O DEMOCRATA, 2006).

Mantendo esse mesmo padrão, realizou-se de 5 a 28 de outubro de 2007 a 15ª Expo São Roque, que funcionava de sexta a domingo das 10 às 22h, com ingressos à R\$3,00 às sextas e R\$10,00 aos sábados e domingo (JORNAL DA ECONOMIA, 2007).

Essa edição foi marcada pela transformação na área das vinícolas, depois de muito reivindicarem, os vinicultores conquistaram um salão ambientado em uma adega, decorado com caixotes antigos, tonéis, garrafas, cortinas de rolha e etc. o cenário remetia a um casarão com arcos de tijolos – arquitetura típica das antigas vinícolas – proporcionando ao turista a sensação de estar dentro de uma grande adega colonial (JORNAL DA ECONOMIA, 2007). Esse salão se mantém até os dias de hoje, é nele onde as vinícolas se expõem desde então.

Dentre as atividades, a unidade móvel de artes e cultura do Sesi – SP era a mais aguardada, ela dispunha de um grande acervo de livros, músicas, artes, literaturas e etc. que ficou à disposição dos visitantes durante o evento (JORNAL DA ECONOMIA, 2007).

Os visitantes da 15ª Expo São Roque pontuaram como pontos altos do evento a pisa da uva, o mercado da alcachofra, o espaço gourmet, os restaurantes e o salão dos vinhos (JORNAL DA ECONOMIA, 2007).

¹¹⁸ Nesse ano a Associação Brasileira de Horticultura revelou que as cidades de Ibiúna, Piedade e São Roque eram, juntas, responsáveis por 85% da produção nacional da flor (JORNAL DA ECONOMIA, 2006).

¹¹⁹ Além das alcachofras, vinhos e gastronomia, um prato em especial se destacou: o *foundue* de alcachofra com chocolate e sorvete, apesar de exótico, o prato foi bem aceito pelos visitantes que faziam filas para prova-lo (O DEMOCRATA, 2006).

Em 2008 aconteceu a 16ª Expo São Roque, de 3 a 26 de outubro, de sexta a domingo, das 10h às 22h, com ingressos a R\$3,00 às sextas e R\$10,00 aos sábados, domingos e feriados (JORNAL DA ECONOMIA, 2008).

Nesse ano, para poder receber ainda mais visitantes, as áreas de alimentação, descanso, posto de enfermagem, segurança, restaurantes, lanchonetes, estacionamento e paisagismo receberam melhoramentos (JORNAL DA ECONOMIA, 2008).

As atrações e exposições mantiveram-se semelhantes às edições anteriores e a pisa da uva, a alcachofra e o salão de vinhos continuaram sendo os preferidos pelos visitantes daquele ano (JORNAL DA ECONOMIA, 2008).

Em 2009, o evento aconteceu de 09 de outubro a 02 de novembro, sempre de sexta a domingo, das 10h às 22h (EXPO SÃO ROQUE, 2009; JORNAL DA ECONOMIA, 2009; O DEMOCRATA, 2009).

A 17ª Expo São Roque fez uma homenagem ao povo são-roquense ao instalar réplicas de casarões históricos da cidade pelo recinto. Segundo o jornal “O Democrata”, “o orgulho do são-roquense era explícito ao reconhecer parte da sua história na festa” (O DEMOCRATA, 2009).

Diante do tema “Uma Vila em Festa”, foram construídos cenários que representavam pontos da cidade, destacando-se casas históricas que, segundo os organizadores, tiveram suas identidades preservadas. Esse espaço onde a pequena vila foi montada tinha 150 m² e de todos os lados puderam ser vistas fachadas de construções de 1850 a 1900 (JORNAL DA ECONOMIA, 2009; O DEMOCRATA, 2009).

Ao entrar no recinto poderão ser vistos quatro fachadas de construções datadas de 1850 a 1900, uma delas a réplica da residência do Sr. Lucindo de Lima, habitada até hoje pelos herdeiros. Nas laterais serão observadas as casas do Seu Zé do Nino, como carinhosamente é conhecido, e da família Valter Bonini, que hoje funciona uma escola de educação infantil. Em outro ponto uma construção estilo republicano que por muitos anos foi utilizada para comércio. Para encerrar as réplicas, o Centro Cultural Brasital, construído em 1890 [...] (JORNAL DA ECONOMIA, 2009).

Dentro de um dos casarões da vila cinematográfica estava instalado o Espaço *Gourmet* onde eram ministradas as aulas sobre alcachofra e, pela primeira vez, os *workshops* de vinhos com o enólogo Fábio Goés (JORNAL DA ECONOMIA, 2009; O DEMOCRATA, 2009).

Outras atrações como *shows*, apresentações, peças de teatro, danças típicas, atividades circenses, exposição de artes, feirinha, mini zoológico, parque de diversões, restaurantes, lanchonetes, salão de vinhos, pisa da uva e etc. continuaram acontecendo como em outros anos (EXPO SÃO ROQUE, 2009). Nessa edição, o evento sediou o 1º Encontro do Turismo, projeto desenvolvido pelo Sebrae com apoio da AISAM – Associação das Indústrias de São Roque, Alumínio e Mairinque -, da Associação Comercial de São Roque, da Prefeitura e do Sindusvinho. Na programação desse encontro estavam palestras e discussões sobre visavam ampliar as possibilidades econômicas do turismo na região (O DEMOCRATA, 2009).

Entre as inovações apresentadas nesse ano, além da homenagem ao são-roquense, estava a construção de um galpão de alvenaria de 2500 m² que abrigou 3 restaurantes e o mercado da alcachofra. Batizado como Galpão Multieventos, essa área pretendia receber outros eventos ao longo do ano, como *shows*, jantares e etc. (JORNAL DA ECONOMIA, 2009; O DEMOCRATA, 2009; MARTINS, 2013).

Outra novidade foi que os residentes em São Roque receberam em suas casas, através das contas de água, duas entradas gratuitas para o primeiro final de semana do evento (JORNAL DA ECONOMIA, 2009; O DEMOCRATA, 2009). Essa atitude buscou atrair os moradores locais para festa, pois um dos objetivos da organização era tornar a Expo São Roque um evento popular, também entre os são-roquenses (RENZO, 2013). Esse projeto, segundo Renzo (2013), é único no Brasil, pois não se tem nenhum conhecimento sobre outros eventos que enviem cortesias aos residentes.

Outra forma de envolvimento da comunidade é o fato de todos os alunos da rede estadual e municipal de ensino possuírem entrada franca, às sextas-feiras, desde que acompanhado de um professor. Essa atividade já acontecia há alguns anos, mas a partir de então passou a ser estimulada, pois, para os organizadores, essa é uma forma de estimular a pesquisa e o estudo dos alunos acerca da cultura e das tradições de sua cidade, fazendo com que “a criança cresça sabendo que a cidade dele tem evento e que ele se chama Expo São Roque” (RENZO, 2013).

Os expositores da 17ª Expo São Roque ficaram muito satisfeitos com as vendas e com os elogios que receberam sobre a receptividade, o paisagismo, limpeza e organização do evento (JORNAL DA ECONOMIA, 2009).

A 18ª Expo São Roque foi realizada de 08 de outubro a 02 de novembro de 2010, de sexta a domingo e feriados, das 10h às 22h, com ingressos nos valores de R\$4,00 às sextas e R\$14,00 aos sábados e domingos até as 18h, após esse horário era cobrado o valor da sexta-feira (O DEMOCRATA, 2010).

Entre as atrações artísticas habituais, inseriram-se, as sextas e sábados à noite, *shows* de *rock* e *pop* voltados ao público jovem (JORNAL DA ECONOMIA, 2010). As exposições e demais atrações, mantiveram-se no padrão dos outros anos.

O que chamou a atenção dos visitantes nessa edição foi a instalação de uma Maria Fumaça¹²⁰ na praça central do evento que serviu de cenário para muitas fotos. Além disso, essa edição teve 2 *stands* diferentes: um para a Prefeitura que divulgou São Roque e seus roteiros e atrativos turísticos, através de folhetos e vídeo institucional, e o segundo dedicado ao Roteiro do Vinho¹²¹. Aliás, quando questionados sobre o favorecimento dado ao Roteiro do Vinho, os organizadores dizem que não há favorecimento, porém, entre os roteiros disponíveis na cidade, este é o mais estruturado para receber os visitantes da Expo e é, também, o que mais desperta o interesse dos turistas (O DEMOCRATA, 2010).

A 18ª Expo São Roque encerrou-se com um público total de 75 mil visitantes, oriundos majoritariamente do Estado de São Paulo, mas com muitos representantes de Minas Gerais e do Rio de Janeiro (JORNAL DA ECONOMIA, 2010).

Para a organização, essa edição surpreendeu, não apenas pelo número de visitantes, como também pelos retornos positivos que obteve, como, por exemplo, a grande movimentação nos pontos e empreendimentos turísticos da cidade (JORNAL DA ECONOMIA, 2010).

No ano de 2011, realizou-se a 19ª Expo São Roque que aconteceu de 07 a 30 de outubro, habitualmente de sexta a domingo e feriados, das 10h às 22h. Nesse ano o ingresso custava R\$4,00 às sextas e R\$15,00 aos sábados, domingos e feriados até às 18h, depois reduzia para o valor de sexta, enquanto que o preço único do

¹²⁰ Essa locomotiva foi fabricada em *Pittsburg* (USA) na década de 50 (O DEMOCRATA, 2010).

¹²¹ O Roteiro do Vinho foi criado em 1998 e, no ano de 2010, apresentava-se composto por 30 empreendimentos, entre eles vinícolas, pousadas, restaurantes, fazendas e etc. (JORNAL DA ECONOMIA, 2010).

estacionamento era R\$10,00 (JORNAL DAS ESTÂNCIAS, 2011; O CRUZEIRO DO SUL, 2011; O DEMOCRATA, 2011).

Essa edição iria trabalhar o tema “Portugal”, porém em 2011 foi comemorado o Momento Itália no Brasil, projeto desenvolvido pela Secretária de Turismo do Estado de São Paulo, e os organizadores acharam oportuno desenvolver o tema “Itália” para se aliar as outras atividades que estavam acontecendo durante o ano. Essa estratégia funcionou, pois muitos programas procuraram a 19ª Expo São Roque como pauta, promovendo e expondo o nome da cidade em rede nacional (JORNAL DAS ESTÂNCIAS, 2011; O CRUZEIRO DO SUL, 2011; O DEMOCRATA, 2011).

Na imprensa local questionava-se muito sobre a geração de renda do evento para a cidade, por isso, os membros da organização informaram que dos 90 expositores no evento, 80% eram são-roquenses. Além disso, eram gerados 300 empregos diretos através das equipes de segurança, limpeza, portaria e manutenção, outros 120 ligados à administração e mais 210 empregados pelos expositores (JORNAL DAS ESTÂNCIAS, 2011; O CRUZEIRO DO SUL, 2011; O DEMOCRATA, 2011).

A parte estrutural recebeu novas modificações, o palco, após 30 anos, foi reformado e o espaço utilizado pelos vinicultores ampliou-se em 40% (JORNAL DAS ESTÂNCIAS, 2011; O CRUZEIRO DO SUL, 2011). Os organizadores disseram que poderiam responsabilizar-se pela estrutura interna do evento, mas cobraram do poder público municipal melhorias externas, como saneamento com tratamento de esgoto. Eles sabiam que tais intervenções não se relacionavam diretamente ao turismo, mas para o desenvolvimento da atividade precisavam de condições macroestruturais (O DEMOCRATA, 2011).

As atividades e atrações continuavam semelhantes às outras edições, com a consolidação do evento como atrativo, percebeu-se a uniformidade das programações. Nessa edição alguns *shows* foram de artistas mais conhecidos, como, por exemplo, a cantora Luiza Possi que esteve presente no show de abertura da feira (O DEMOCRATA, 2011). Também em 2011, a feira sediou o 2º Seminário Agropecuário de São Roque que foi realizado no espaço gourmet e contou com apresentações de temas relacionados ao agronegócio da região (O CRUZEIRO DO SUL, 2011).

As novidades da 19ª Expo São Roque envolveram a variedade de pratos à base de alcachofra, além daqueles ofertados há vários anos nos restaurantes e lanchonetes do recinto, passou-se a produzir receitas mais ousadas, como bolos de alcachofra com mel e hambúrgueres da flor (JORNAL DA ECONOMIA, 2011; O CRUZEIRO DO SUL, 2011).

A organização esperava receber 80 mil visitantes, mas a bilheteria registrou apenas 70 mil. Entre os pontos altos definidos por esses visitantes estava o Teatro dos Imigrantes - peça que retratava a chegada dos imigrantes italianos à São Roque -, os pratos à base de alcachofra e a Pisa da Uva (O DEMOCRATA, 2011). Acredita-se que a falta de inovações nos produtos disponíveis no salão dos vinhos tenha deixado esse atrativo fora da lista de preferência entre os visitantes.

No ano seguinte, a Expo São Roque passou a, oficialmente, apresentar um tema como forma de diversificação do atrativo turístico. Os organizadores afirmavam que a atitude era inovadora, porém sabe-se que algumas edições da Festa do Vinho apresentaram tema, assim como algumas da Expofloral e as mais recentes Expos São Roque. Acredita-se que o uso de temas nas outras edições era parcial, por exemplo, alguns pavilhões de exposição, a decoração ou a programação artística, e a partir de 2012 os temas eram aplicados à toda a oferta do evento, inclusive na divulgação.

A intenção da organização em tornar a Expo São Roque um evento temático foi diversifica-lo enquanto produto turístico e, ao mesmo tempo, despertar o interesse do morador local. Renzo (2013) acredita que os temas funcionam como uma nova motivação para os turistas irem à Expo São Roque, enquanto que o são-roquense, habituado as ofertas disponíveis, podem tê-lo como um diferencial a cada edição.

Por isso, fazendo uso do tema “Uma casa portuguesa, com certeza” realizou-se de 12 de outubro a 4 de novembro de 2012 a 20ª Expo São Roque, que funcionou de sexta a domingo e feriado, das 20h às 22h. Os ingressos custavam R\$5,00 às sextas e R\$16,00 aos sábados, domingos e feriados até as 18h, quando o valor passa a ser o de sexta-feira, além disso o estacionamento custava R\$10,00 até 18h e R\$5,00 após esse horário (O CRUZEIRO DO SUL, 2012; O DEMOCRATA, 2012).

A tematização do evento foi considerada um sucesso, pois São Roque recebeu muitos imigrantes portugueses no final do século XIX e, por isso, existem muitos

descentes na cidade, inclusive algumas vinícolas fundadas por imigrantes portugueses que se mantinham até então (JORNAL DA ECONOMIA, 2012; O CRUZEIRO DO SUL, 2012; O DEMOCRATA, 2012).

Na intenção de surpreender o público fiel ao evento, a organização esperava receber mais de 80 mil visitantes. Para isso, preparou-se uma decoração que transformou a praça central da Expo São Roque na Praça do Comércio de Lisboa, onde também foi instalada uma réplica, de 4 metros de altura, do Galo de Barcelos¹²². O projeto de arquitetura e urbanismo ficou sob responsabilidade do arquiteto Tanus Saab que transformou os jardins do Recanto da Cascata em jardins europeus, com toques brasileiros, através do uso de flores tropicais (JORNAL DA ECONOMIA, 2012; O CRUZEIRO DO SUL, 2012; O DEMOCRATA, 2012).

Entre as apresentações habituais, encontraram-se danças típicas portuguesas, cantores de fado, peças teatrais que representavam a chegada dos imigrantes portugueses à cidade de São Roque e a escola de samba Vai-Vai que teria como samba enredo para o carnaval de 2013 o samba “Sangue da terra, videira da vida, um brinde de amor em plena avenida! – Vinhos do Brasil”¹²³. Até a pisa da uva, que geralmente é realizada ao som da *tarantella*, adequou-se aos ritmos portugueses (O CRUZEIRO DO SUL, 2012).

Os atrativos gastronômicos foram os que mais se destacaram com a utilização do tema, isso porque a grande variedade de pratos portugueses aliados aos vinhos e alcachofras são-roquenses, resultaram em cardápios variados. Entre eles, o grande destaque da 20ª Expo São Roque foi o Prato Alquimia¹²⁴, criado pelo chef Ronal Wold,

¹²² “A lenda do Galo de Barcelos narra a intervenção milagrosa de um galo morto na prova da inocência de um homem acusado de um crime. Segundo a história, os habitantes da cidade de Barcelos, horrorizados com o crime, acusaram um viajante, que foi preso e condenado à forca. O homem pediu, então, que o levassem à presença do juiz que o condenara. O acusado voltou a sua inocência e, perante a incredulidade dos presentes, apontou para um galo assado que estava sobre a mesa e exclamou: ‘É tão certo eu estar inocente, como certo é esse galo cantar quando me enforcarem’. Quando o peregrino estava a ser enforcado, o galo assado ergueu-se na mesa e cantou. O homem foi imediatamente solto e mandado embora da cidade em paz” (O CRUZEIRO DO SUL, 2012).

¹²³ Esse samba enredo era uma homenagem aos vinhos brasileiros, desde o plantio até o consumo. Por ainda ser conhecida como “Terra do Vinho”, a escola de samba apresentou-se na Expo São Roque (O CRUZEIRO DO SUL, 2012).

¹²⁴ O prato era feito com fundo de alcachofra, molho de abóbora e jamon serrano, e envolvia tecnologia culinária e molecular (JORNAL DA ECONOMIA, 2012).

do restaurante Warong Brasil, estreante no evento (JORNAL DA ECONOMIA, 2012; O CRUZEIRO DO SUL, 2012; O DEMOCRATA, 2012).

Outra novidade no ano de 2012 foi que a Expo São Roque sediou o lançamento do curso superior de tecnologia em viticultura e enologia no Instituto Federal de São Paulo – campus São Roque¹²⁵.

Essa edição do evento recebeu 70 mil visitantes e chamou muita atenção midiática que a noticiou com frequência em emissoras e publicações de grande alcance (O DEMOCRATA, 2012). Os organizadores acreditaram que a 20ª Expo São Roque além de ter divulgado e fortalecido o nome da cidade, contribuiu na captação de turistas potenciais e por isso desejavam tematizar as próximas edições (O CRUZEIRO DO SUL, 2012; O DEMOCRATA, 2012).

Atualmente, para os organizadores da Expo São Roque, o evento ajuda a manter o epíteto de Terra do Vinho, pois, segundo eles, sem a Expo, talvez, São Roque já não fosse mais conhecida dessa forma. Renzo (2013) afirma que o fato da maior parte da produção vinícola do município ser originária do sul do país não interfere na fama da cidade, pois o envase e o comércio do produto se dão no Estado de São Paulo. Por isso, o Sindusvinho incentiva o enoturismo em São Roque, pois sem o representativo cultivo de uva e vinho é necessário que, de alguma forma, se associe a imagem de São Roque aos produtos vinícolas.

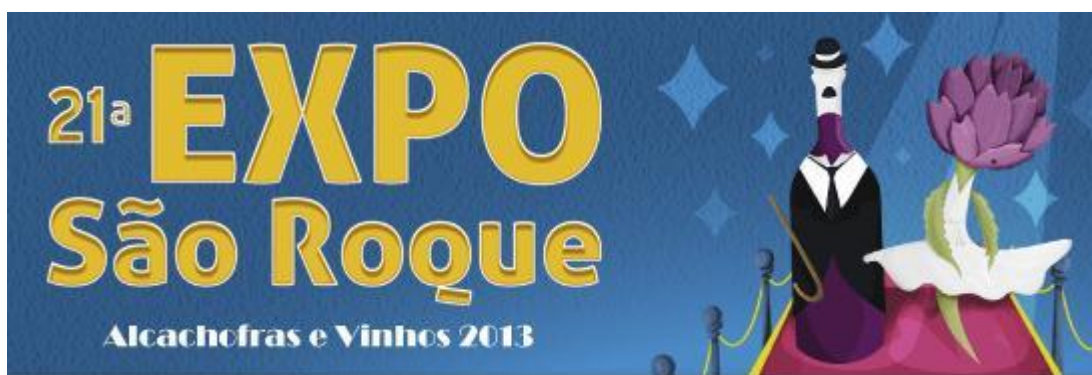
Após várias adequações, o Sindusvinho afirma que o público alvo da Expo São Roque é a família, seja ela de turistas ou de moradores locais. Por esse motivo, os organizadores pretendem fazer um evento que agrade ao munícipe e ao turista, para isso busca aliar *shows* e gastronomia aos atrativos turísticos, mas, mesmo assim, a maioria dos visitantes é turista, pois para o morador local não há muitas novidades, uma vez que sua própria cultura é retratada no evento (RENZO, 2013).

¹²⁵ São Roque foi a primeira cidade do sudeste a ter esse curso que dura 6 semestres e só é ofertado em uma universidade gaúcha e outra em Petrolina-PE. A intenção de se instalar esse curso na cidade foi para revitalizar o setor vinícola são-roquense, aproveitar a identidade coletiva de “Terra do Vinho” e porque a cidade recebia cerca de 6 mil turistas por final de semana motivados por atrativos enoturístico (O DEMOCRATA, 2012).

4. EXPO SÃO ROQUE 2013

A Expo São Roque 2013 foi a 21ª edição do evento e aconteceu no Recanto da Cascata, de sexta a domingo, durante as 4 semanas do mês de outubro de 2013¹²⁶. O horário de funcionamento foi: as sextas e sábados das 10h às 22h e aos domingos das 10h às 20h. A figura 1 exibe a logomarca da edição de 2013:

Figura 1 – Logomarca da Expo São Roque 2013



Fonte: Expo São Roque (2013)

Esta edição do evento contou com o tema cinema, que gerou o *slogan* “Luzes. Câmera. Sabores!”, e foi organizada pelo Sindusvinho ¹²⁷, representado pelo organizador de eventos Antônio Renzo, com apoio da Prefeitura da Estância Turística de São Roque e o patrocínio da Nova *Schin*, Hotel *Cordialle*, Banco do Brasil, Celmar, Ultragaz e *Onduline* (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

Assim como na edição anterior, Tanus Saab foi o responsável pelo projeto de arquitetura e urbanismo do evento, que buscou integrar o universo cinematográfico com as tradições são-roquenses. A infraestrutura da Expo contava com a trilha na mata, 3 mil m² construídos – 2.500m² do galpão multieventos e 500m² do salão dos vinhos -, bilheteria, fraldário, banheiros, bebedouros, posto de enfermagem, seguranças, acessibilidade para deficientes físicos e estacionamento, além de *stands* e tendas montadas especificamente para a edição (MARTINS, 2013).

¹²⁶ A Expo São Roque 2013 aconteceu nos dias: 4, 5, 6, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 25, 26 e 27 de outubro de 2013.

¹²⁷ O Sindusvinho representa 15 empresas vinculadas à ele.

O preço do ingresso variava de acordo com o dia e horário: às sextas ele custava R\$6,00; aos sábados e domingos, até as 18h, era R\$20,00, após esse horário o preço baixava para R\$6,00, como nas sextas. Crianças de até 08 anos acompanhadas de um responsável não pagavam ingresso, assim como estudantes e idosos acima dos 60 anos pagavam meia entrada. O estacionamento, localizado no Ginásio Quintino de Lima, ao lado do evento, custava R\$12,00 e, após as 18h, R\$5,00.

A população são-roquense recebeu em sua conta de água dois ingressos válidos para o primeiro final de semana da Expo São Roque 2013 (04, 05 e 06/10/13), como forma de incentivo para visitarem o evento. Segundo o organizador, nenhum outro evento, no Brasil, faz algo similar. Para ele, essa entrada franca fornecida aos moradores locais é um demonstrativo de que a organização se preocupa com a sociedade local e quer que ela se envolva com a Expo. Além disso, todas as sextas-feiras os alunos da rede municipal e estadual, quando acompanhados por algum responsável da escola, também possuíam gratuidade. Para Renzo (2013) o objetivo dessa ação era fazer com que as crianças de São Roque crescessem sabendo que a cidade possui um evento que divulga a alcachofra, o vinho, os atrativos e a cultura local, além é claro, de proporcionar um dia de recreação e lazer aos alunos.

Figura 2 – Flyer promocional da Expo São Roque 2013

Local: Recanto da Cascata
Av. Antonio Maria Picena, 34 – São Roque
A 60km de São Paulo. Fácil acesso pelas rodovias Castello Branco e Raposo Tavares.

EM CARTAZ

2ª EXPO São Roque
Luzes, Câmera, Sabores!

Venha à Expo São Roque
Em 2013 a Expo faz uma homenagem ao cinema e no tapete vermelho estarão as nossas estrelas: **Alcachofras e Vinhos**. A festa da gastronomia, dos bons vinhos da região e muita diversão para toda a família.

Pisa da Uva: Gastronomia Vinícolas: Shows

4 a 27 de OUTUBRO
SEXTAS E SÁBADOS DAS 10H ÀS 22H
DOMINGOS DAS 10H ÀS 20H

tradicional Fisa da Uva, todos os dias às 17h
stands das vinícolas de São Roque
espaço gourmet: aprenda a preparar pratos a base de alcachofra
mercado da alcachofra
restaurantes e praça de alimentação

No palco e pelas ruas da Expo você vai:
• ver e ouvir uma **orquestra** apresentando trilhas sonoras que marcaram época
• assistir a apresentações de **dança** com temas musicais do cinema
• encontrar **personagens** dos grandes filmes

E mais...
• artistas plásticos e artesanais da cidade
• stands de produtos regionais
• minifazenda
• trilha da cascata com deck de madeira

Fonte: Expo São Roque (2013)

Apesar de algumas edições da Festa do Vinho e da Expofloral terem apresentado um tema central, essa foi a segunda vez que, oficialmente, a organização fez uso de um tema. De acordo com Renzo (2013) a tematização do evento é uma estratégia para evitar que ele se torne repetitivo, permitindo que ele divulgue outras culturas além das alcachofras, vinhos e produtos de São Roque. Em 2013, o evento divulgou os produtos locais e também o cinema, e várias atrações da programação foram relacionadas ao mundo cinematográfico, além da decoração e das intervenções.

Com essa temática o Sindusvinho objetivava apresentar novidades ao público e relembrar filmes que, de alguma forma, marcaram época. Para isso, atores representaram os personagens *Jack Sparrow*, *Tonny Stark*, *Darth Vader*, *Charlie Chaplin*, o casal *Addams*, *Avatar*, *E.T* e Jeca Tatu durante o evento, enquanto interagiam com público e se apresentavam em um *show*, todos os dias, às 12h e às 19h (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

O cinema são-roquense também foi homenageado através da construção de uma réplica do Cine Teatro São José¹²⁸ na praça principal da Expo São Roque 2013. A réplica contava com duas minis salas de cinema, reproduzindo vídeos com cenas de filmes clássicos, e uma *bomboniere* da Tia Íris¹²⁹.

Figura 3 – Réplica do Cine São José na Expo São Roque 2013



Fonte: Expo São Roque (2013)

¹²⁸ O Cine Teatro São José foi o primeiro cinema de São Roque, localizado no próximo à Igreja da Matriz, e é considerado um dos principais patrimônios materiais são-roquense. Atualmente ele encontra-se em avançado estado de deterioração e aguarda investimentos para sua conservação.

¹²⁹ A Tia Íris é irmã do construtor do Cine São José e mantinha uma *bomboniere*, onde servia um refresco à base de groselha que era apreciado por todos. Ela esteve presente na Expo São Roque 2013, dentro da réplica do cinema, onde serviu o refresco depois de tantos anos. A presença dela foi emocionante para os moradores locais.

Além das atrações que remeteram ao tema, a programação do evento destacou os dois produtos mais explorados pelo turismo em São Roque: a alcachofra e o vinho, que puderam ser consumidos das mais variadas formas e eram encontrados nas barracas, restaurantes e *stands* do evento (MARTINS, 2013; RENZO, 2013).

Os vinhos estavam disponíveis em *stands*, concentrados no Salão dos Vinhos, onde os produtores apresentavam e vendiam seus produtos, além de oferecerem degustações aos visitantes. Ainda, aos sábados e domingos, às 13h e às 15h, acontecia um workshop sobre vinhos, ministrado pelo enólogo Fábio Goés (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

Figura 4 – Salão dos vinhos na Expo São Roque 2013



Fonte: Expo São Roque (2013)

A alcachofra estava disponível para quem quisesse consumi-la no evento ou comprá-la em uma das diversas formas: havia um espaço chamado de “Mercado da Alcachofra”, onde os visitantes podiam comprar a flor *in natura*, em conserva, temperada, em patê ou em pratos prontos congelados. Outro espaço do evento dedicado à alcachofra era chamado de “Espaço Gourmet”, onde o *chef* Osley José ensinava receitas através dos workshops que ministrava aos sábados e domingos às 12h, 14h e às 16h. Para quem quisesse consumir a alcachofra no evento, ela estava

disponível nos restaurantes (Henrique's *Buffet* e Restaurante Douradão) em pratos como lasanhas, canelones, risotos, stroganoffs e etc.; e nas barracas, onde era ofertada no prato mais conhecido: o pastel de alcachofra¹³⁰ (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

Figura 5 – Pastel de alcachofra da Expo São Roque



Fonte: Castelli (2014)

Além da alcachofra e do vinho, estavam distribuídos pelo evento barracas e *stands* que ofertavam opções de doces caseiros, licores, plantas, roupas, artesanatos e artigos diversos. Ao todo eram 100 expositores e comerciantes, destes, cerca de 35% eram da cidade de São Roque (MARTINS, 2013).

Um dos pontos principais da programação da Expo São Roque foi a “Pisa da Uva” que aconteceu todos os dias às 17h e, segundo a organização, tinha como objetivo resgatar as tradições ligadas à elaboração do vinho e mostrar aos turistas as origens das tradições são-roquenses. Nessa atividade, os visitantes assistiam a uma apresentação e depois eram convidados a se juntarem aos atores, enquanto dançavam e pisavam as uvas ao som da *Tarantella*. Depois disso, acontecia uma competição onde quatro visitantes eram convidados a pisar a uva o mais rápido possível até conseguirem encher uma garrafa com o sumo, aquele que enchesse primeiro era declarado vencedor e ganhava um kit do evento.

¹³⁰ Os restaurantes e as barracas não serviam apenas pratos com alcachofra, o buffet era diverso, mas os pratos com a flor eram os mais destacados.

Figura 6 – Apresentação da Pisa da Uva na Expo São Roque 2013



Fonte: Expo São Roque (2013)

No palco principal aconteceram diversas atividades, como: apresentações de dança com os temas de alguns clássicos do cinema, como *Moulin Rouge* e *Darting Dancing*; apresentações da orquestra sinfônica e *shows* especiais as sextas e sábados à noite. O grupo *Brasitalle* se apresentou duas vezes por dia, durante todo o evento, com diversas peças e musicais. O grupo *Armadores* apresentou um espetáculo chamado “Cinema, fábrica de sonhos, a emoção em 3D” todos os sábados e domingos às 13h e às 16h, onde mostrou ao público uma representação cronológica do cinema, desde os filmes mudos até os lançamentos (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

A programação apresentou uma atividade voltada especialmente para o público da terceira idade: o Baile da Saudade que aconteceu todas as sextas às 15h (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

Ao entrar no evento, os visitantes receberam um “Guia de atrações e localização” que continha um mapa do recinto, indicativos da sinalização interna, um resumo das atividades e estruturas da Expo e a programação de todos os dias.

Figura 7 – Guia de atrações e localização (Parte externa)

Guia de atrações e localização

21ª EXPO São Roque

Alcachofras e Vinhos 2013



LUZES. CÂMERA. SABORES!

Pisa da Uva : Gastronomia : Vinícolas : Shows

Confira as atrações de palco da Expo

Dia 4 > Sexta-feira	Dia 5 > Sábado	Dia 6 > Domingo
12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Brasitalle</i> 14h Bingo 15h Baile da Saudade 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 19h Solenidade Abertura	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Sinfônica <i>Cons. Mairinque</i> 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite do Rock Clássico: Grupo <i>Volume Acústico</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Caldeirão das Artes 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i>
Dia 11 > Sexta-feira	Dia 12 > Sábado	Dia 13 > Domingo
12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Brasitalle</i> 14h Bingo 15h Baile da Saudade 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite do Samba Grupo <i>Papo de Skina</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Disney, a Magia de Sonhar 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite do Sertanejo Universitário: <i>Dijane e Lincoln Lopes</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Sinfônica <i>Cons. Mairinque</i> 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i>
Dia 18 > Sexta-feira	Dia 19 > Sábado	Dia 20 > Domingo
12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Brasitalle</i> 14h Bingo 15h Baile da Saudade 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite de Todos os Ritmos: <i>Família Aguilar</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Sinfônica <i>Cons. Mairinque</i> 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite do Rap: Grupo <i>Enxame, Raper Lokers, Assoc. Rap In Quadros</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Caldeirão das Artes 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i>
Dia 25 > Sexta-feira	Dia 26 > Sábado	Dia 27 > Domingo
12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Brasitalle</i> 14h Bingo 15h Baile da Saudade 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Noite Sertaneja: <i>Régis Oliveira</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i> 20h Golden Night: <i>Dj Sérgio Coetano Michael Jackson</i>	12h Apresentação de Personagens do Cinema 13h Grupo <i>Armadores</i> 14h Sinfônica <i>Cons. Mairinque</i> 15h Grupo <i>Brasitalle</i> 16h Grupo <i>Armadores</i> 17h PISA DA UVA 18h Grupo <i>Brasitalle</i>

www.exposaoroque.com.br

1 Palco



Grupo Armadores Cinema:
A emoção em Três Dimensões



Grupo Brasitalle Alegria Cultural e Clamcur:
O cinema começa agora

2 Pisa da Uva



Duas tintas gigantes, repletas de uvas esperam por você.

Participe do grande momento.

Todos os dias, às 17h em frente ao palco.

G Espaço Gourmet

Receitas e dicas de como preparar alcachofra com **Chef Osley José** professor e consultor gastronômico

Sábados e domingos
3 apresentações:
12h, 14h e 16h

Conheça o "Mundo dos Vinhos" com **Fábio Góes** enólogo

Sábados e domingos
2 apresentações:
13h e 15h



Fonte: Expo São Roque (2013)

Figura 8 – Guia de atrações e localização (Parte interna)



Fonte: Expo São Roque (2013)

Segundo a organização, o público alvo do evento eram as famílias, sejam elas de moradores locais ou de turistas, por isso, a programação também apresentou atrações direcionadas ao público infantil (MARTINS, 2013; RENZO, 2013). A Fazenda Angola montou um espaço onde as crianças interagem com alguns animais como pôneis, coelhos, cachorros, cabritos, porcos, pássaros e etc. Ao lado desse espaço, havia também um parque com piscina de bolinhas, tiro ao alvo e brinquedos infláveis. No sábado onde se comemorou o Dia das Crianças, a programação do evento apresentou um espetáculo especial, às 14h no palco principal, com personagens da Disney (EXPO SÃO ROQUE, 2013).

Após o termino do evento, Mello (2013) e Caparelli (2013) publicaram sobre as percepções do público no Jornal da Economia. Segundo os autores, a Expo estava rica em detalhes e foi aprovada pelos visitantes, surpreendendo a todos ao resgatar a memória do povo são-roquense, através da réplica do cinema. Segundo as publicações, os moradores locais gostaram muito do tema, pois relembaram a história do Cine São José e da Tia Íris, diante disso a organização considerou positivo o despertar desses sentimentos nostálgicos.

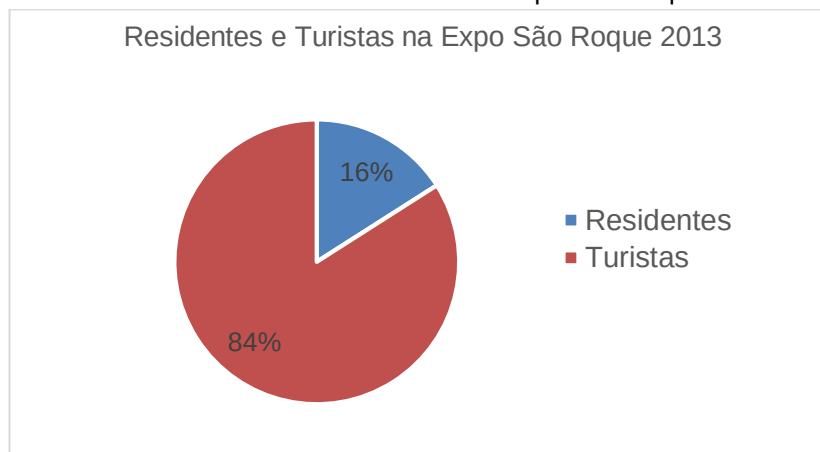
Inaugurado no dia 19 de março de 1951, por Vasco Barioni, Vasquinho, o cinema é um marco na vida do sanroquense, é um exemplo de dedicação a cultura em si e à sétima arte. Apesar de um único idealizador, o cinema contou com a ajuda de muitos moradores, que deram a Vasquinho, não só suporte monetário, mas também físico. Quando notou-se que a obra não ficaria pronta no dia do padroeiro, uma imensidão de sanroquenses apareceu para colocar piso, a última tarefa a ser feita. Hoje carente de restauração, o Cine Teatro São José está desativado, Foi para lembrar seus tempos de glória que a replica foi criada (CAPARELLI, 2013, [s.p.]).

Nesse ano o evento foi planejado para um público de 60 mil pessoas, porém, foram recebidas 53 mil durante os 12 dias de evento (MARTINS, 2013). A pesquisa realizada para este trabalho e que fundamentou os resultados a seguir foi aplicada durante os dias: 5, 6, 11, 12, 18, 19, 20, 25, 26 e 27, em horários alternados, com tempo de pesquisa de 3h por dia.

Foram entrevistados 432 visitantes do evento (0,81% do público total), sendo 69 residentes locais e 363 turistas – de acordo com Santos (2013) isso significa um nível de confiança de mais de 95% e um erro amostral de 5% -. A abordagem aconteceu de

forma aleatória e implicou na resposta a um formulário de 12 perguntas para residentes e 13 para os turistas¹³¹.

Gráfico 3 – Residentes e Turistas na Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O número de turistas e residentes entrevistados em cada dia do evento refletia o fluxo turístico e a incidência de moradores locais, dado que a abordagem era aleatória e os horários alternados.

Tabela 1 – Síntese da coleta da amostra em relação a cada dia do evento

Data	Residentes pesquisados	Turistas pesquisados	Total de visitantes pesquisados
05/10/13 (Sábado)	4	18	22
06/10/13 (Domingo)	13	21	34
11/10/13 (Sexta)	9	14	23
12/10/13 (Sábado)	4	22	26
18/10/13 (Sexta)	8	8	16
19/10/13 (Sábado)	2	20	22
20/10/13 (Domingo)	0	83	83
25/10/13 (Sexta)	6	24	30
26/10/13 (Sábado)	4	58	62
27/10/13 (Domingo)	19	95	114
	69	363	432

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

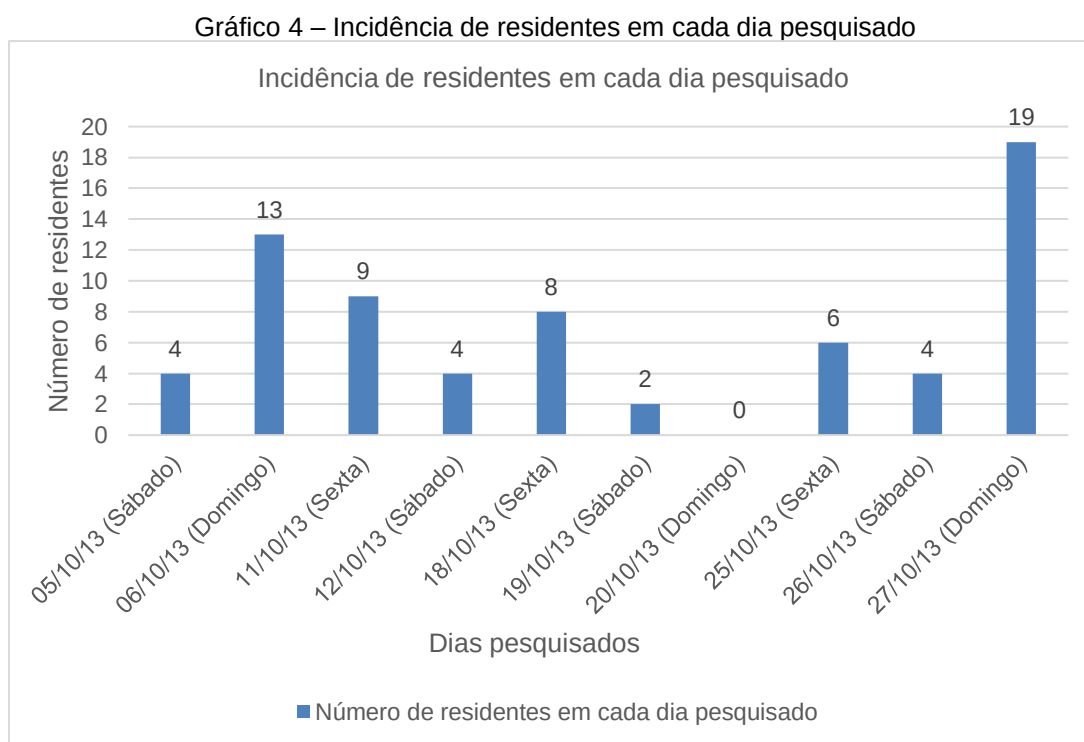
¹³¹ Esses questionários estão disponíveis nos apêndices I (questionário para residentes) e II (questionário para turistas) desse trabalho.

As percepções de turistas e de residentes divergem em muitos pontos, em razão de suas expectativas, necessidades e pontos de vista. Por outro lado, também existem pontos de convergência, por isso a necessidade de interpreta-los separadamente, para que depois possam ser comparados.

4.1 RESIDENTES

Os 69 residentes que responderam ao questionário representam 16% da amostra dessa pesquisa, o que evidencia a pressuposição de que o evento é majoritariamente frequentado por turistas.

Dentre os dias relacionados na tabela 1, nota-se que a maior incidência de moradores locais se deu em 18/10 – sexta (50%), 11/10 – sexta (39,1%), 06/10 – domingo (38,2%), 25/10 – sexta (20%) e 05/10 – sábado (18,1%).

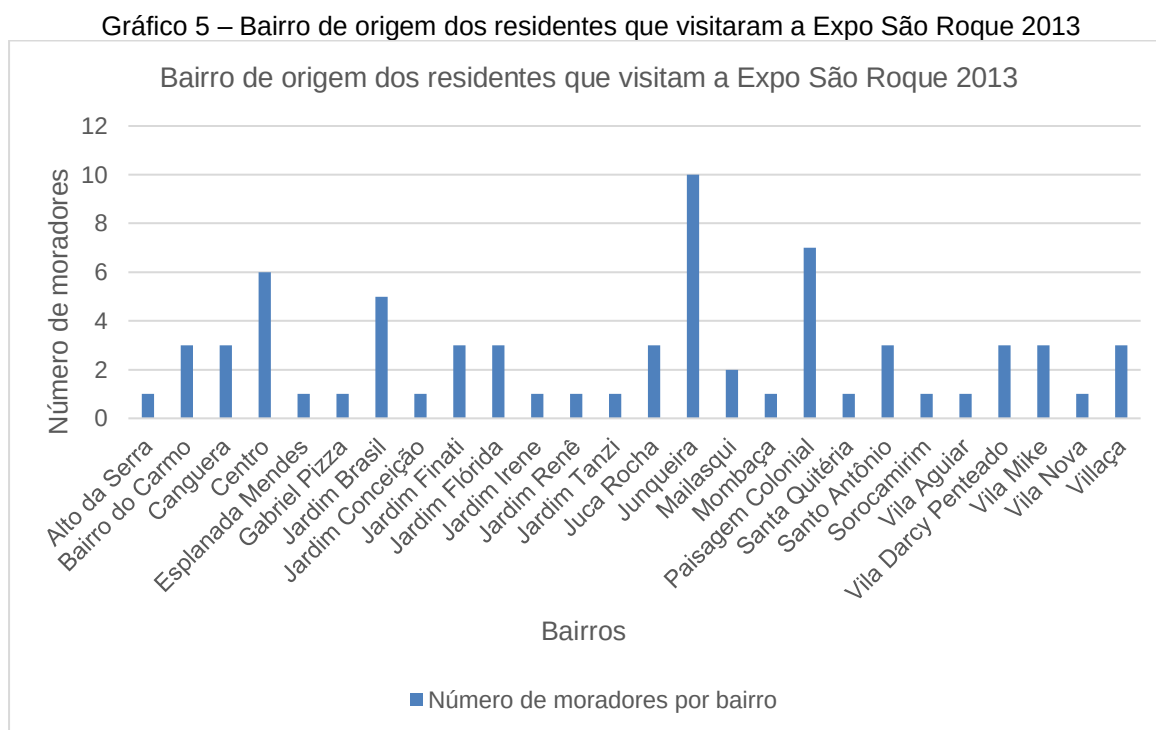


Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Esses dados indicam que a estratégia da organização, de atrair os são-roquenses para o evento através do envio de ingressos válidos para o primeiro final de semana, funcionou, uma vez que entre os sábados e domingos pesquisados, os

primeiros apresentaram maior frequência de moradores locais em proporção ao número de turistas.

As afirmações de Renzo (2013) e Martins (2013) que diziam que os são-roquenses preferem visitar o evento às sextas-feiras também foram confirmadas, pois nota-se que entre os 5 dias com maior fluxo de moradores locais, 3 são sextas-feiras. Diversos fatores podem ser atribuídos para a preferência dos são-roquenses pela sexta-feira, dentre eles destaca-se que a praça de alimentação da Expo São Roque funciona como uma opção gastronômica para os moradores ou como opção de lazer em dias que a cidade não oferece outra. Tais hipóteses, apontadas pelos próprios comerciantes e expositores do evento, voltarão a ser discutidas ao analisarem-se as atividades desenvolvidas pelo grupo no referido dia.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

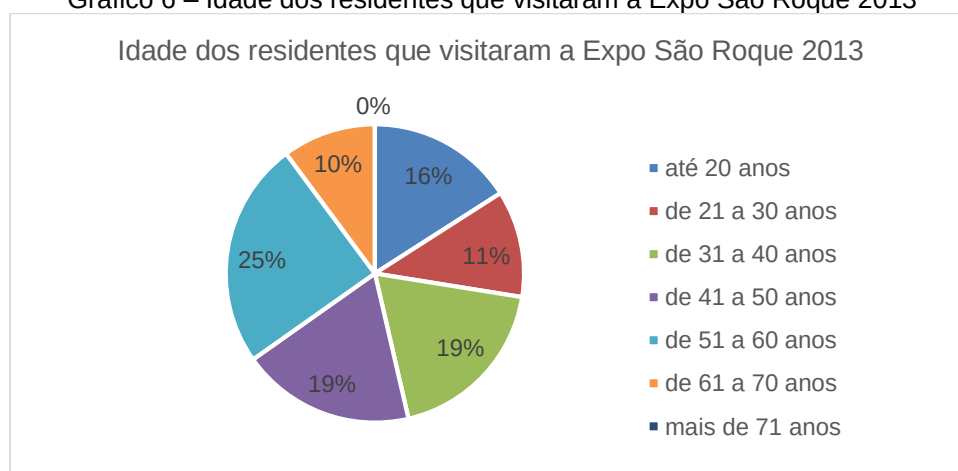
Sobre a origem dos moradores locais que frequentaram a Expo São Roque 2013, pode-se afirmar que eles são residentes de diversos bairros, entre os quais 27 foram apontados na amostragem dessa pesquisa. Nota-se que 14% dos visitantes são-roquenses residem no bairro do Junqueira, justamente onde está localizado o Recanto da Cascata, este bairro é bem próximo ao centro da cidade, onde residem outros 9% de

visitantes são-roquenses. Esses dados mostram que a relação dos residentes dos bairros próximos ao recinto com o evento é mais amistosa do que foi durante as Festas do Vinho, quando estes moradores se sentiam ameaçados com a presença do turista, deixavam suas casas durante os dias de evento, o comércio fechava e a relação entre turistas e moradores locais resultava em diversos problemas.

Outro número expressivo diz respeito aos visitantes que residem em bairros periféricos (Alto da Serra, Bairro do Carmo, Canguera, Vila Darcy Penteado, Juca Rocha, Mailasqui, Mombaça e Sorocamirim) que totalizam 19%. A cidade de São Roque apresenta-se também como segunda residência de pessoas que possuem propriedades em bairros mais afastados do centro da cidade, talvez por esse motivo, a presença de moradores desses bairros tenha sido mais evidente. Outra explicação para essa situação pode ser a ausência de espaços de lazer nesses bairros, motivo pelo qual seus moradores buscaram a Expo São Roque 2013 para este fim, onde o recebimento dos ingressos cortesia pode ter sido um estímulo.

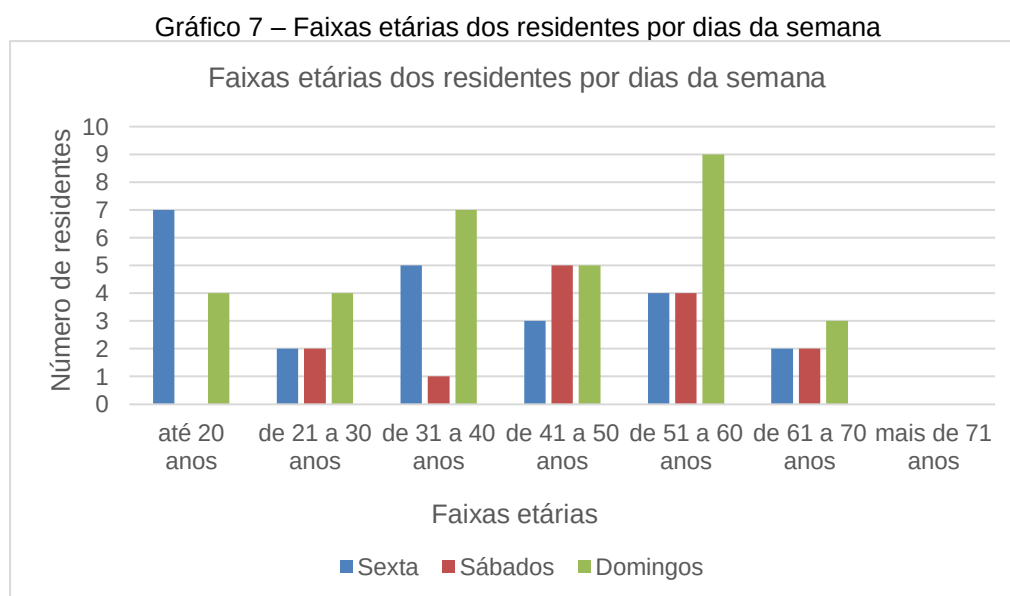
Dentre os moradores locais que frequentaram a Expo São Roque 2013 (69), a maioria tinha entre 51 e 60 anos (25%), seguidos dos moradores com 31 a 40 (19%) e 41 a 50 (19%), depois os moradores com até 20 anos (16%), os de 21 a 30 anos (11%) e os de 61 a 70 anos (10%), ou seja, 63% dos são-roquenses que visitaram a Expo São Roque 2013 tinham de 31 a 60 anos, o que permite afirmar que o evento é voltado ao público adulto e, apesar da diversidade da programação, não atrai o público jovem são-roquense com a mesma intensidade.

Gráfico 6 – Idade dos residentes que visitaram a Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Percebe-se também que os jovens até 20 anos foram maioria às sextas feiras, enquanto aos sábados a maior parte do público tinha entre 41 e 50 anos e aos domingos o público tinha majoritariamente entre 51 e 60 anos. O que indica que os elementos da programação às sextas agradavam mais o público jovem, mesmo tendo o Baile da Saudade que é uma atividade voltada à terceira idade, enquanto que a programação de domingo atraía os mais velhos. Pode-se supor também que na cidade de São Roque, às sextas, não há opção de entretenimento para os jovens, por isso eles buscaram a Expo, enquanto que aos sábados e domingo existe a oferta de atividades noturnas na cidade.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

A predominância do público adulto ajuda a justificar a frequência de 75% moradores locais acompanhados de suas famílias, enquanto 22% foram ao evento com seus amigos e 3% foram a trabalho.

Gráfico 8 – Acompanhantes dos residentes da Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Esses resultados confirmam que o público alvo do evento foi atingindo, uma vez que Renzo (2013) disse que a Expo São Roque é um evento para a família, seja ela de turistas ou de são-roquenses. Até o momento nota-se que, entre os residentes, elas são maioria.

Ao relacionar-se o tipo de acompanhante por dia da semana, evidencia-se que aqueles residentes que foram ao evento com seus amigos (22%) estavam distribuídos quase uniformemente pelos dias da semana, com leve preferência pela sexta-feira. Nesse mesmo dia, compareceram todos aqueles que estavam à trabalho (3%), compreensível ao considerar-se a jornada administrativa comum de segunda a sexta. Os residentes acompanhados de suas famílias foram maioria em todos os dias, porém representaram 85% do público de residentes aos domingos.

Tabela 2 – Tipos de acompanhante dos residentes por dia da semana

Acompanhantes	Sexta	Sábado	Domingo
Amigos	6	4	5
Familiares	15	10	27
Trabalho	2	0	0
Sozinho	0	0	0
Excursão	0	0	0
Total	23	14	32

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os residentes acompanhados por seus amigos, 47% tinham até 20 anos, enquanto que os que foram a trabalho tinham de 21 a 40 anos e 27% dos acompanhados de seus familiares tinham entre 51 e 60 anos, seguidos pelos de 31 a 40 e de 41 a 50 anos, ou seja, 71% dos residentes que foram à Expo São Roque com seus familiares tinham de 31 a 60 anos.

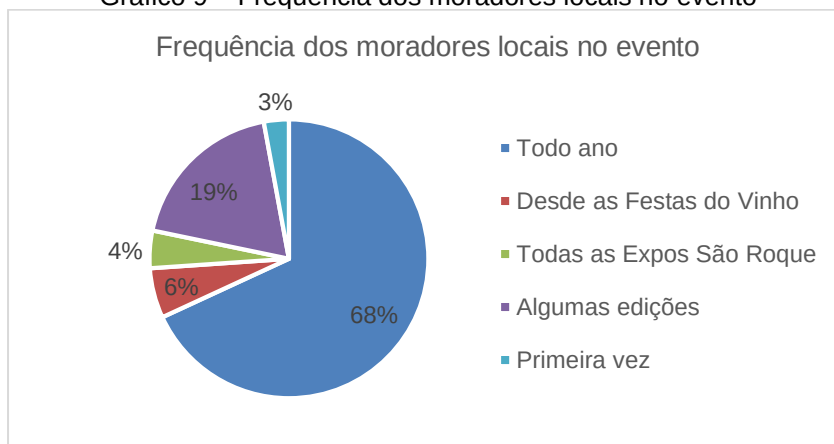
Tabela 3 – Relação das faixas etárias dos residentes com o tipo de acompanhante

Faixas etárias	Amigos	Familiares	Trabalho	Sozinho	Excursão
Até 20 anos	7	4	0	0	0
De 21 a 30 anos	1	6	1	0	0
De 31 a 40 anos	0	12	1	0	0
De 41 a 50 anos	2	11	0	0	0
De 51 a 60 anos	3	14	0	0	0
De 61 a 70 anos	2	5	0	0	0
Mais de 71 anos	0	0	0	0	0
Total	15	52	2	0	0

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Quando perguntados sobre o número de edições já visitadas, destaca-se que 68% (47) dos moradores locais afirmam irem à Expo São Roque “todo ano”, enquanto 6% (4) dizem frequentarem o evento todos os anos desde as Festas do Vinho, outros 4% (3) estiveram presentes em todas as edições da Expo São Roque, enquanto 19% (13) afirmam já terem frequentado outras edições, mas não mencionaram quantas, e apenas 3% (2) dos são-roquenses nunca haviam ido visitado o evento.

Gráfico 9 – Frequência dos moradores locais no evento



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Para entender a razão da alta frequência dos moradores locais no evento, questionou-se sobre o motivo deles irem à festa e quais as atividades eles desenvolviam no interior do recinto.

Entre as motivações destacou-se a curiosidade e a busca por novidades, ou como os próprios moradores costumavam dizer: “Ver como a Festa está esse ano”. Diante da regularidade dos residentes, é compreensível que eles tenham criado o hábito de ir ao evento todos os anos e por isso apresentem como motivação a busca por algo diferente na atual edição. Além dessa, outras motivações apresentadas por eles foram o uso do evento enquanto espaço de lazer e como opção gastronômica.

Outras motivações como “por que vem todo ano” ou “porque mora perto” mostram que a Expo São Roque faz parte da rotina do morador local que se vê motivado à ir ao evento por isso.

Quadro 2 – Síntese das motivações dos residentes

Motivações	Citações
Busca por novidades	24
Passear	21
Gastronomia	16
Shows e apresentações	10
Alcachofra	6
Trabalho	6
Porque vão todos anos	6
Produtos vinícolas	6
Encontrar amigos	5
Convite grátis	4
Tema e personagens	4
Acompanhar a família	4
Compras	4
Lazer para crianças	3
Morar perto do evento	2
Conhecer a Festa	2
Gosta da Festa	2
Artesanato	2
Ver se a Festa melhorou	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Curiosamente 21% daqueles que foram ao evento buscar novidades, ou para ver o que essa edição apresentou de novo, tinham até 20 anos, imaginava-se que apenas os mais velhos, que tinham ido a mais edições, apresentariam essa demanda. Aliás, essa motivação foi a principal em todas as faixas etárias, com exceção daqueles de 41 a 60 anos, onde a maioria foi motivada a ir ao evento apenas para passear.

Nota-se que apenas os residentes de 51 a 60 anos foram ao evento porque gostam dele, assim como apenas aqueles com 31 a 40 anos foram conhecer a Expo São Roque.

Tabela 4 – Motivações dos residentes de acordo com as faixas etárias

Motivações	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Buscar por novidades	5	4	4	4	7	0	0	24
Passear	2	1	0	5	13	0	0	21
Alimentação	4	0	3	4	5	0	0	16
Shows e apresentações	2	2	2	2	2	0	0	10
Alcachofra	0	0	1	2	1	2	0	6
Trabalho	0	2	1	2	0	1	0	6
Porque vão todo ano	1	0	1	3	1	0	0	6
Vinho	1	2	0	2	0	1	0	6
Encontrar amigos	0	0	1	2	1	1	0	5
Convite grátis	0	0	0	1	1	2	0	4
Tema e personagens	0	1	2	1	0	0	0	4
Acompanhar a família	0	0	2	1	0	1	0	4
Compras	0	1	1	0	1	1	0	4
Lazer para crianças	0	1	1	1	0	0	0	3
Morar perto do evento	0	1	0	0	1	0	0	2
Conhecer a Festa	0	0	2	0	0	0	0	2
Gosta da Festa	0	0	0	0	2	0	0	2
Artesanato	0	0	1	1	0	0	0	2
Ver se a Festa melhorou	0	0	0	0	0	1	0	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

As atividades desenvolvidas pelos residentes durante a Expo São Roque 2013 envolveram, principalmente, o consumo de produtos alimentícios (36%), nesta categoria estavam inclusas práticas como: alimentar-se nos restaurantes, nas lanchonetes da

praça de alimentação, nas diversas barracas do evento ou consumir qualquer tipo de bebida que não seja através da degustação ofertada pelas vinícolas – essa atividade foi computada separadamente.

A atividade “passear”¹³², apontada como uma das principais motivações, também se configurou como a segunda atividade mais praticada na Expo São Roque 2013 pelos moradores locais. Por outro lado, “encontrar amigos” não foi uma motivação muito recorrente, porém, mesmo sem serem motivados por isso, nota-se que muitos residentes encontraram seus amigos no evento.

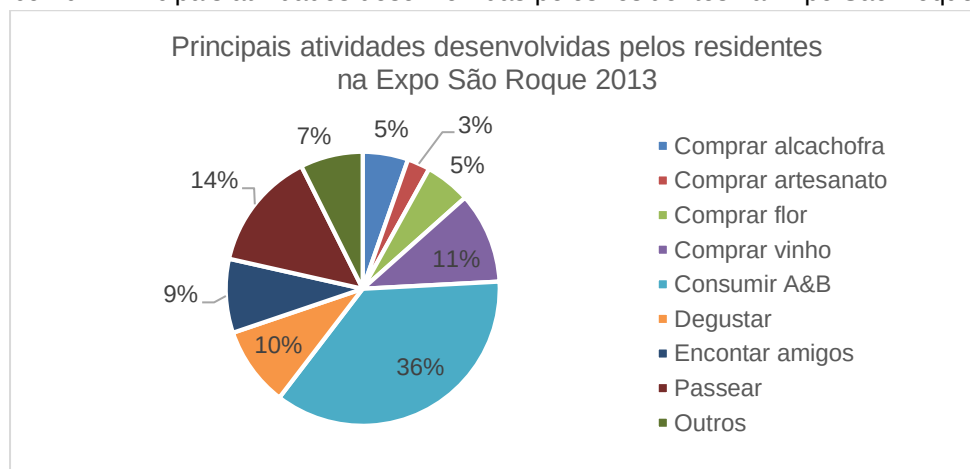
A compra de vinhos (11%) também se destacou entre as atividades praticadas pelos residentes, ao contrário da compra de alcachofras (5%), flores (5%) e artesanatos (3%). Acredita-se que o evento estimula mais o consumo do vinho do que dos outros produtos, isso porque além de ser um dos dois principais atrativos da festa, possui uma ampla área dedicada a sua exploração e o número de expositores e variedades de vinho é muito maior do que dos outros produtos. Por outro lado, nota-se que a alcachofra, apesar de também ser um dos produtos principais, é mais consumida no próprio evento do que comprada para preparo caseiro. As flores e os artesanatos são considerados os produtos da terra, porém não há estímulo a sua compra, eles são mais apreciados do que comprados.

A degustação de vinhos representou 10% das atividades praticadas pelos residentes no evento, entretanto pressupõe-se que a degustação esteja intimamente ligada à compra do vinho, onde o visitante prova, escolhe e compra o produto. Porém nota-se que apenas 47% dos residentes que degustaram de fato compraram o vinho, outros são motivados a beber gratuitamente.

Outras atividades como comprar bijuteria, comprar malhas, assistir shows, trabalhar, brincar, acompanhar a família e etc., somadas representam 7% das atividades desenvolvidas pelos residentes no evento.

¹³² A atividade “passear” foi descrita pelos visitantes como “sair de casa”, “dar uma volta”, “relaxa”, “sair se divertir”, “passar um dia diferente”, “aproveitar um passeio rápido e curto”, entre outros.

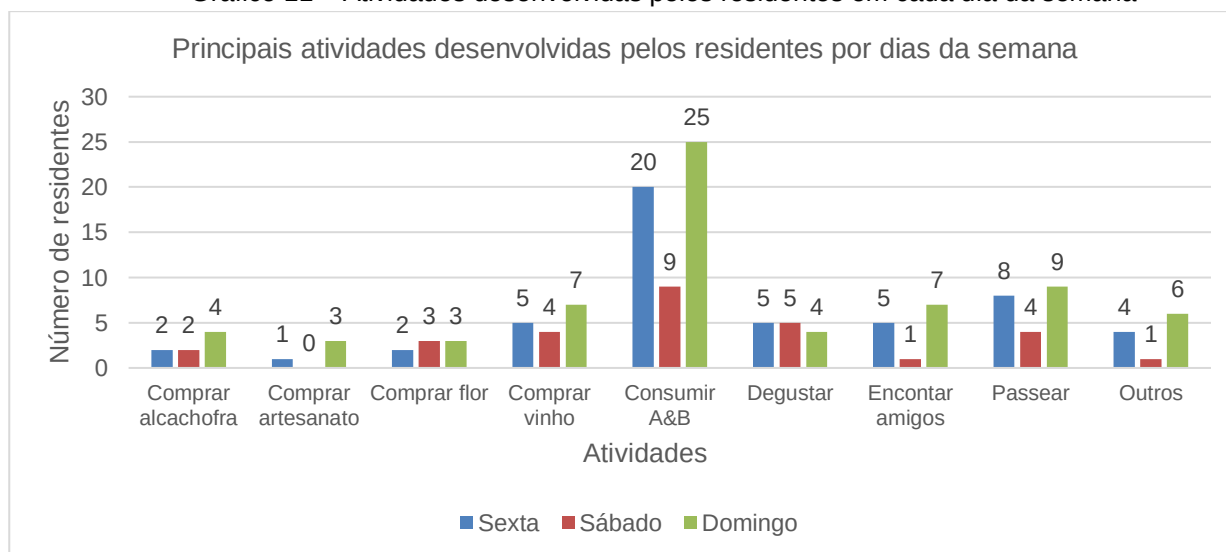
Gráfico 10 – Principais atividades desenvolvidas pelos residentes na Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Quando foram apontados os dias em que os residentes estiveram mais presentes, apresentaram-se as hipóteses dos expositores e comerciantes de que os são-roquenses preferiam ir ao evento as sextas para usar a praça de alimentação com alternativa gastronômica ou, o evento em si, como opção de lazer. Agora que as atividades já foram apresentadas, pode-se relaciona-las e pontuar que 87% dos residentes que foram ao evento as sextas-feiras foram para consumir alimentos e bebidas e 56% o usou como espaço de lazer e sociabilidade para passear ou encontrar amigos, ou seja, a observação dos expositores e comerciantes sobre as atividades dos são-roquenses as sextas, estão corretas.

Gráfico 11 – Atividades desenvolvidas pelos residentes em cada dia da semana



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Outra questão levantada a respeito das atividades desenvolvidas pelos residentes na Expo São Roque 2013 dizia que a notória presença (19%) de moradores de bairros mais periféricos da cidade (Alto da Serra, Bairro do Carmo, Canguera, Vila Darcy Penteado, Juca Rocha, Mailasqui, Mombaça e Sorocamirim) se dava, pois se encontram nesses bairros casas de segunda residências, onde a pessoa possui expectativas e motivações comuns aos turistas, porém reside na cidade, entretanto essa pesquisa não pode contemplar tais aspectos, uma vez que não foram feitos questionamentos no que se refere às segundas residências.

Além disso, outro ponto era que nesses bairros não havia espaços de lazer e sociabilidade, por isso os moradores procuraram a Expo para esse fim. Diante disso, relacionaram-se os bairros com as atividades desenvolvidas e constatou-se que esses bairros representam apenas 18% dos usos da Expo enquanto espaço de lazer, enquanto que as preferências desses moradores envolvem majoritariamente atividades de consumos de alimentos e bebidas e de degustação.

Tabela 5 – Atividades dos residentes de acordo com seus bairros de origem

(continua)

Bairros	Consumir A&B	Passear	Comprar vinho	Degustar	Encontrar amigos	Outros	Comprar alcachofra	Comprar Flor	Comprar artesanato
Alto da Serra	1	0	1	0	0	1	1	0	1
Bairro do Carmo	3	4	0	0	0	0	2	1	0
Canguera	1	0	0	2	0	1	0	0	0
Centro	6	6	4	2	2	0	1	3	0
Esplanada Mendes	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Gabriel Pizza	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Jd Brasil	3	0	0	0	4	0	2	0	0
Jd Conceição	1	0	1	1	0	0	0	0	0
Jd Finati	3	0	0	0	2	0	0	0	0
Jd Flórida	3	0	0	0	0	1	0	0	0
Jd Irene	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Jd Renê	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Jd Tanzi	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Juca Rocha	3	0	2	3	0	0	1	0	0
Junqueira	9	0	1	0	2	1	0	0	1

Tabela 5 – Atividades dos residentes de acordo com seus bairros de origem

Bairros	(conclusão)								
	Consumir A&B	Passear	Comprar vinho	Degustar	Encontrar amigos	Outros	Comprar alcachofra	Comprar Flor	Comprar artesanato
Mailasqui	1	0	1	1	1	0	1	1	1
Mombaça	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Paisagem Colonial	4	4	1	1	0	2	0	0	0
Sta Quitéria	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Sto Antônio	3	1	0	1	1	0	0	0	0
Sorocamirim	2	1	0	0	0	0	0	1	0
Vila Aguiar	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Vila Darcy	2	0	2	2	0	1	0	0	0
Penteado									
Vila Mike	0	0	0	1	0	2	0	0	0
Vila Nova	0	0	1	0	0	1	0	1	1
Villaça	3	3	1	0	0	0	0	1	0
Total	54	21	16	14	13	11	8	8	4

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Da mesma forma que se teorizou a respeito das atividades desenvolvidas pelos moradores dos bairros periféricos, é possível entender o que cada faixa etária fez no evento. Nota-se que o consumo de alimentos e bebidas foi a atividade mais realizada por todas as faixas etárias, em segundo lugar, as pessoas de 41 a 60 anos preferiam passear, de 21 a 40 anos realizavam outras atividades como assistir aos *shows* e apresentações e aqueles de até 20 anos encontravam com os amigos.

Tabela 6 – Atividades dos residentes de acordo com as faixas etárias

Atividades	(continua)							
	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Consumir A&B	9	7	11	8	14	5	0	54
Passear	3	2	2	6	8	0	0	21
Comprar vinho	4	2	3	2	2	3	0	16
Degustar	3	2	1	4	1	3	0	14
Encontrar amigos	4	0	0	3	5	1	0	13
Outros	0	4	4	2	1	0	0	11

Tabela 6 – Atividades dos residentes de acordo com as faixas etárias

(conclusão)

Atividades	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Comprar alcachofra	0	1	1	0	4	2	0	8
Comprar flor	1	1	1	1	4	0	0	8
Comprar artesanato	1	0	1	0	1	1	0	4

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Após entender as motivações e as atividades praticadas pelos residentes questiona-se sobre o que eles mais gostaram no evento. A maioria gostou dos *shows* e das atrações artísticas, os alimentos e bebidas também ficaram entre suas atividades preferidas, esses dados só comprovam, mais uma vez, que os moradores locais utilizam o evento enquanto espaço de lazer e opção gastronômica.

Atividades ligadas ao tema – personagens, tema, réplica do Cine São José - também foram mencionadas na pesquisa, o que indica que ele foi bem aceito e agradou o público local. A menção às questões estruturais – paisagismo, estrutura, decoração, segurança - enquanto ponto alto do evento é importante para a organização, pois mostra que os visitantes percebem a dedicação e preocupação deles com o bem estar do público (RENZO, 2013). O fato dos produtos locais – produtos vinícolas, artesanato, alcachofra - também terem sido percebidos como pontos fortes do evento, mostra que eles não possuem apenas potencialidade turística e que agradam também os moradores locais, mostrando aos produtores e comerciantes que eles devem explorar este mercado, dado que a maioria das vinícolas, produtores de alcachofra e etc. organizam-se apenas para atender o mercado turístico.

Quadro 3 – Síntese dos pontos altos do evento apontados pelos residentes

(continua)

Pontos altos da Expo São Roque 2013	Citações
Shows e atrações artísticas	30
Alimentos e bebidas	19
Personagens	11
Estrutura, organização e atendimento	11
Paisagismo	10
Produtos vinícolas	9

Quadro 3 – Síntese dos pontos altos do evento apontados pelos residentes

(conclusão)

Pontos altos da Expo São Roque 2013	Citações
Artesanato	8
Tema	7
Flores	6
Tudo	6
Réplica do Cine São José	5
Segurança	5
Decoração	4
Alcachofra	4
Barracas de variedades	4
Brinquedos	4
Doces caseiros	3
Clima familiar	3
Fazendinha	2

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Ao separar as citações dos pontos altos do evento por faixa etária, nota-se que o consumo de alimentos e bebidas é o destaque para os visitantes de até 20 anos e de 41 a 50 anos, enquanto que os *shows* e atrações artísticas são os prediletos do público local de 21 a 40 anos e de 51 a 60 anos, aqueles residentes com mais de 61 anos que visitaram a Expo apontaram o paisagismo como ponto alto.

Tabela 7 – Pontos altos do evento, segundo residentes, de acordo com as faixas etárias

(continua)

Pontos altos	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Shows e atrações artísticas	4	5	8	4	8	1	0	30
Alimentos e bebidas	6	3	2	5	3	0	0	19
Personagens	4	0	2	2	2	1	0	11
Estrutura, organização e atendimento	3	3	3	0	1	1	0	11
Paisagismo	1	0	0	4	2	3	0	10
Produtos vinícolas	1	2	1	2	2	1	0	9
Artesanato	1	0	1	1	4	1	0	8

Tabela 7 – Pontos altos do evento, segundo residentes, de acordo com as faixas etárias
(conclusão)

Pontos altos	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Tema	1	2	2	1	1	0	0	7
Flores	1	1	1	0	1	2	0	6
Réplica do Cine São José	0	1	1	1	2	0	0	5
Segurança	0	0	1	0	3	1	0	5
Decoração	0	0	2	1	0	1	0	4
Alcachofra	0	0	1	1	2	0	0	4
Barracas de variedades	0	1	1	2	0	0	0	4
Brinquedos	1	2	0	1	0	0	0	4
Doces caseiros	0	0	0	1	0	2	0	3
Clima familiar	1	0	1	0	0	1	0	3
Fazendinha	1	0	0	0	1	0	0	2

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre motivações, principais atividades e pontos altos, há três situações que merecem ser comentadas: 1) o artesanato desperta pouquíssima motivação e sua compra é efetuada por poucos residentes, entretanto sua exposição e variedade são apontadas como um dos pontos principais do evento; 2) a alcachofra está entre as principais motivações, porém é pouco vendida, sendo geralmente consumida ainda no evento, e não se destaca como um dos pontos altos, por isso supõe-se que os visitantes que tenham sido motivados pela flor ou que a tenham consumido, não ficaram satisfeitos ou não se surpreenderam com o produto, motivo pelo qual não a elegeram como um ponto forte do evento; 3) Levar as crianças para brincar apresenta-se como motivação de alguns visitantes, ao mesmo tempo em que a fazendinha e os brinquedos também são considerados pontos altos do evento, o que leva a crer que aqueles que foram motivados a levarem as crianças para brincar ficaram satisfeitos com as opções e qualidade do que encontraram.

Aproveitando-se da questão sobre o ponto alto do evento, alguns residentes pesquisados (17,5%) quiseram registrar que dois itens impedem que o evento agrade

ainda mais os moradores locais: a falta de inovação e mesmice nas edições e o alto custo da entrada e dos produtos dentro do recinto.

Apesar disso, quando perguntados se a Expo São Roque 2013 atendeu as suas expectativas, 93% dos visitantes residentes em São Roque responderam que sim, enquanto 6% disseram que não e 1% disseram que suas expectativas foram parcialmente atendidas.

Gráfico 12 – Atendimento das expectativas dos moradores locais referentes à Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os principais motivos apontados pelos visitantes que tiveram suas expectativas atendidas está o fato do evento manter sempre o mesmo formato, de modo que apesar do tema mudar, eles já sabem o que vão encontrar. Este mesmo motivo foi apontado como o responsável pelas expectativas não atendidas, pois os moradores esperavam encontrar algo diferente do que viram em edições anteriores. Portanto, atender expectativas é um item muito subjetivo e o mesmo motivo responsável por tantas qualificações positivas foi o responsável pelas negativas.

Dentre os visitantes residentes que tiveram suas expectativas atendidas, 45% pretendiam voltar ao evento ainda na edição de 2013 e 55% não voltariam mais naquele ano, porém 92% afirmou que pretende voltar nas próximas edições enquanto 8%, mesmo tendo suas expectativas atendidas, não pretendem voltar nas próximas edições. Por outro lado, entre os residentes que não tiveram suas expectativas atendidas,

nenhum pretendia voltar ainda na edição de 2013, entretanto, 100% afirmaram que pretendem voltar nas próximas edições¹³³.

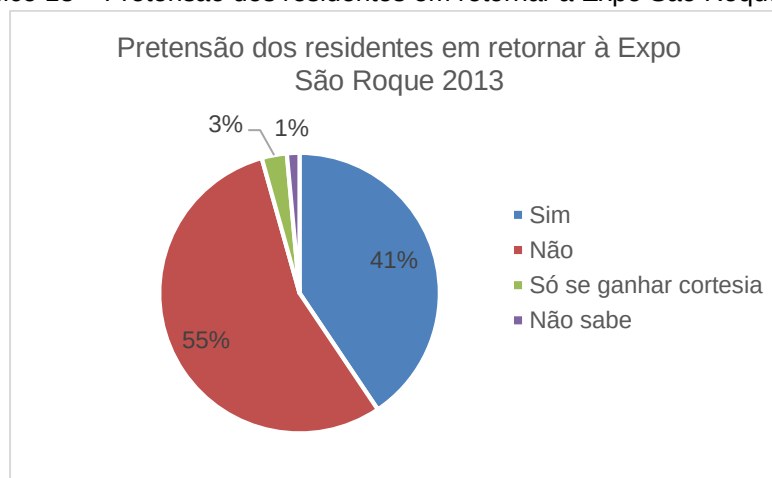
Tabela 8 – Relação do atendimento às expectativas com a pretensão de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (residentes)

Expectativas	Citações	Com pretensão de retorno à Expo São Roque 2013	Sem pretensão de retorno à Expo São Roque 2013	Com pretensão de visita às próximas edições	Sem pretensão de visita às próximas edições
Atendidas	64	29	35	59	5
Não atendidas	4	0	4	4	0
Parcialmente atendidas	1	1	0	1	0

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Dessa forma, independentemente de suas expectativas, pode-se afirmar que 55% dos moradores locais que visitaram a Expo São Roque 2013 não pretendiam voltar nesta edição, enquanto 41% afirmaram que pretendiam voltar ainda em 2013 e outros 3% disseram que só voltariam se ganhassem outros convites gratuitos e 1% não sabiam se pretendiam voltar ou não.

Gráfico 13 – Pretensão dos residentes em retornar à Expo São Roque 2013



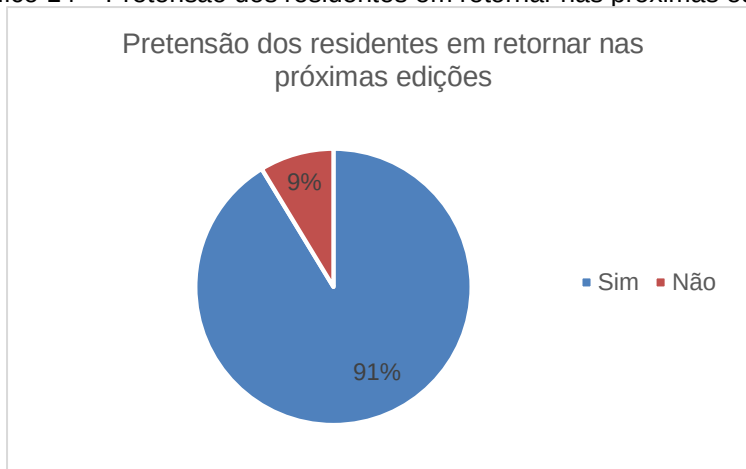
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

¹³³ Entre aqueles visitantes residentes que alegaram que tiveram suas expectativas parcialmente atendidas (1,5%), 100% afirmaram que pretendiam voltar na edição de 2013 e nas próximas.

Os motivos apresentados para os residentes não quererem retornar a essa edição foram: 1) O fato de já terem conhecido os atrativos e visto os *shows* e apresentações; e 2) O alto valor do ingresso e dos preços dos produtos no interior do recinto. Já os motivos apresentados pelos residentes que pretendiam retornar à Expo São Roque 2013 foram: 1) Gostaram do evento; 2) Acharam a Festa bonita e animada; 3) Às sextas, é um ambiente tranquilo para passear; e 4) Possui boas opções para jantar.

No que diz respeito às próximas edições, 91% dos moradores locais pretendem visita-las e apenas 9% não pretendem visitar mais ao evento.

Gráfico 14 – Pretensão dos residentes em retornar nas próximas edições



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os que pretendem visitar as próximas edições, 53% não voltariam na edição de 2013 e apenas 47% voltariam em 2013 e nas próximas. Por outro lado, entre os visitantes que não pretendem voltar nas próximas edições, 20% voltariam na edição de 2013, mas não nas próximas, enquanto 80% não voltariam nem na de 2013 nem nas próximas edições.

Tabela 9 – Relação entre as pretensões de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (residentes)

Pretensão de retorno às próximas edições		Pretendiam retornar à Expo São Roque 2013	Não retornar à Expo São Roque 2013
Sim	64	30	34
Não	5	1	4

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre as razões para os residentes não quererem conhecer as próximas edições do evento estavam: 1) O alto valor do ingresso e dos produtos no interior do recinto; e 2) A falta de inovação e a repetição de elementos da programação. Entre as razões para eles quererem conhecer as próximas edições estavam: 1) O fato de todos os anos voltarem e isso ter se tornado uma tradição; 2) O recebimento do ingresso cortesia; e 3) Porque moram na cidade e acham devem prestigiar o evento.

Esta pesquisa também questionou os residentes sobre o que os surpreendeu no evento, podendo ser elementos da programação, questões estruturais ou percepções pessoais. Entre eles 26% não se surpreenderam com nada, 2% não souberam responder e 72% foram surpreendidos conforme o quadro 4.

Quadro 4 – Relação dos aspectos que surpreenderam os residentes na Expo São Roque 2013

Surpresas Positivas (72%)		Surpresas Negativas (28%)	
Motivo	Citações	Motivo	Citações
Personagens	20	Valor do ingresso e dos produtos	7
Réplica do Cine São José	6	Ausência do Restaurante Tia Lina	4
Quantidade de vinícolas	3	Baixa atratividade quando comparado com as Festas do Vinho e Expoflorais	2
Organização e público	2	Falta de inovação	1
Paisagismo e jardinagem	1		
Disposição do espaço	1		
Formato tradicional	1		
Tema	1		
Decoração	1		

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Ao questioná-los sobre este assunto, nota-se que entre as surpresas positivas, predominam as relacionadas ao tema (79%), o que indica, mais uma vez, que ele agradou ao público visitante residente em São Roque. Seguidos dos aspectos estruturais (14%) e da quantidade de vinícolas expostas (7%), destaque-se que este último surpreendeu justamente aqueles visitantes que estavam pela primeira vez no evento, portanto eles esperavam encontrar menos vinícolas no pavilhão de exposições.

Os preços do ingresso e dos produtos no interior da festa (57%) foram o que mais surpreenderam negativamente os visitantes residentes, seguidos por aspectos comparativos (43%) entre a Expo São Roque 2013 e edições e formatos anteriores.

Sobre a constante reclamação dos residentes em relação ao preço do ingresso, a organização diz que o valor cobrado segue a média de outros eventos do tipo, inclusive na Expo São Roque 2013 não foi realizado reajuste e o preço do ano de 2012 foi mantido, além disso, para aqueles que não podem arcar com os R\$20,00, o evento dispõe de valores promocionais, além dos ingressos cortesia. No que se refere aos preços dos produtos no interior do evento, a organização afirma que eles são determinados pelos próprios comerciantes e expositores, não havendo interferência por parte da organização (RENZO, 2013).

A comparação entre os formatos e edições é inevitável dado que a maioria dos residentes é frequentadora dos eventos, apenas a tendente valorização de aspectos nostálgicos explica a preferência pela Festa do Vinho, dado que segundo as pesquisas apontadas no capítulo anterior, a relação dos munícipes com o evento não era amistosa, então se pressupõe que aquele formato não os agradava, ao contrário do que foi apontado nessa questão.

Assim como a quantidade de vinícolas e a organização surpreenderam os residentes que visitaram a Expo São Roque pela primeira vez, os personagens e a réplica do Cine São José foi uma boa surpresa para os visitantes que foram ao evento todos os anos, acredita-se que estes aspectos relacionados ao tema surpreenderam, pois o restante do evento mantém o mesmo formato enquanto esses itens foram inéditos.

Os visitantes são-roquense que alegaram frequentarem o evento desde as Festas do Vinho e em todas as edições da Expo São Roque não relataram nenhuma surpresa positiva, em compensação foram os que mais se surpreenderam com os valores cobrados no evento. Outra surpresa negativa foi a ausência do Restaurante Tia Lina, notada principalmente pelos visitantes que foram ao evento todos os anos.

Tabela 10 – Surpresas positivas em razão da frequência no evento (residentes)

Surpresas Positivas	Todo ano	Desde as Festas do Vinho	Todas as Expos São Roque	Algumas edições	Primeira vez
Personagens	17	0	0	3	0
Réplica do Cine São José	6	0	0	0	0
Quantidade de vinícolas	0	0	0	1	2
Organização e público	0	0	0	0	2
Paisagismo e jardinagem	1	0	0	0	0
Disposição do espaço	1	0	0	0	0
Formato tradicional	1	0	0	0	0
Tema	0	0	0	1	0
Decoração	1	0	0	0	0

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Tabela 11 – Surpresas negativas em razão da frequência no evento (residentes)

Surpresas Negativas	Todo ano	Desde as Festas do Vinho	Todas as Expos São Roque	Algumas edições	Primeira vez
Valor do ingresso e dos produtos	1	3	3	0	0
Ausência do Restaurante Tia Lina	3	0	0	1	0
Baixa atratividade quando comparado com as Festas do Vinho e Expoflorais	2	0	0	0	0
Falta de inovação	1	0	0	0	0

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Aproveitando-se do fato dessa pesquisa ter sido aplicada próxima à saída do evento, perguntou-se aos residentes com qual imagem da cidade de São Roque e do povo são-roquense, eles acham que os visitantes sairiam da Expo São Roque 2013, ou seja, qual opinião sobre a cidade e os munícipes o evento ajudou a construir.

Diante das respostas construiu-se os quadros 5 e 6 que apontam que a maioria dos residentes acreditam que o evento contribui para a construção de uma imagem positiva da cidade e dos moradores locais, principalmente no que diz respeito às potencialidades e desenvolvimento do turismo. Por outro lado, alguns acham que a

Expo São Roque 2013 ilude os turistas a pensarem que a cidade é melhor do que eles consideram que seja, enquanto que os custos e a falta de divulgação dos outros atrativos turísticos no evento podem desestimular o turista a conhecer a cidade.

Quadro 5 – Resumo do que os residentes acham que os turistas pensam sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013 (positivas)

Imagens construídas, pelos turistas, através da visita à Expo São Roque 2013 - segundo os residentes
Positivas
O turista gosta de São Roque, principalmente por causa da Expo São Roque
Cidade ligada à cultura do vinho
São Roque é a Terra do Vinho
O turismo é o carro chefe da economia local
São Roque é uma cidade turística
São Roque é uma cidade bonita, tranquila, alegre e organizada
São Roque é uma cidade que preserva suas tradições
A Expo São Roque é uma das principais tradições da cidade
A Expo São Roque divulga a cidade e impulsiona o turismo
Cidade acolhedora e hospitaleira
São Roque é a cidade da alcachofra
São Roque possui forte apelo gastronômico
A Expo São Roque estimula o turista a se mudar para a cidade
São Roque valoriza os artistas locais
O artesanato é uma potencialidade do município
O turismo em São Roque não é massificado, apresenta-se como um produto diferenciado
O público alvo do turismo em São Roque é a terceira idade
Cidade que valoriza a descendência italiana
São Roque possui muitas opções para o turista
São Roque oferece o que o turista procura
O produto turístico são-roquense se opõe à realidade urbana do turista
Cidade perto de São Paulo, o que facilita o fluxo turístico
Os são-roquenses são acolhedores e hospitaleiros
A Expo São Roque é feita para divertir o são-roquense

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

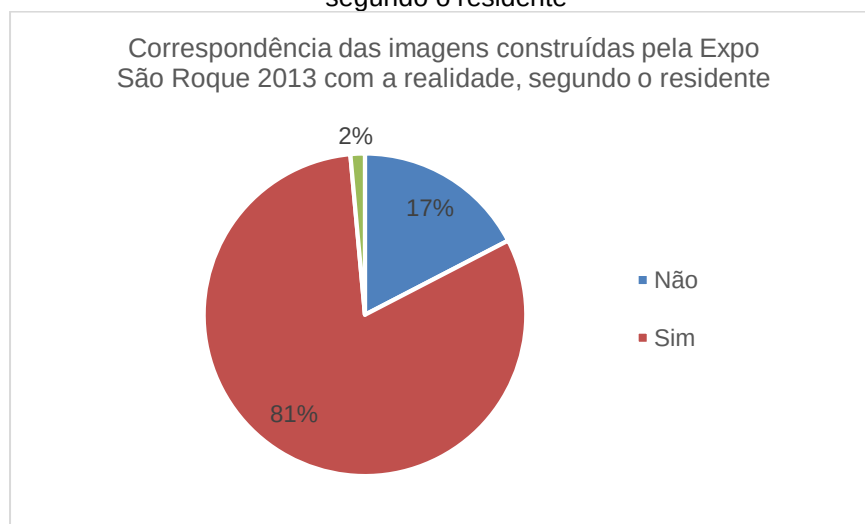
Quadro 6 – Resumo do que os residentes acham que os turistas pensam sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013 (negativas)

Imagens construídas, pelos turistas, através da visita à Expo São Roque 2013 - segundo os residentes
Negativas
Em São Roque tudo é ótimo
Muitos turistas só gostam da cidade por causa do evento.
São Roque apresenta alto custo de vida
São Roque possui poucos atrativos turísticos, apenas vinhos e alcachofras
O turismo na cidade está decaindo
O turista gosta mais da Expo São Roque do que os moradores locais
Cidade com baixo fluxo turístico
Cidade feia e mal cuidada
A Expo São Roque não traz benefícios para a cidade e para os moradores locais
A Expo São Roque parece uma versão barata de Holambra
Cidade desorganizada
Cidade que só quer explorar o turista
O são-roquense não valoriza seus patrimônios culturais
Os moradores de São Roque só pensam em vinho

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Quando indagados se essas imagens correspondem à realidade local, 81% dos residentes afirmam que sim, 2% não souberam responder e 17% deles garantem que não.

Gráfico 15 – Correspondência das imagens construídas pela Expo São Roque 2013 com a realidade, segundo o residente



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Os motivos apresentados por eles para justificar a correspondência dessas imagens com a realidade local encontram-se no quadro 7. Percebe-se que a maioria dos moradores locais acredita que o evento ajuda a construir uma imagem positiva da cidade sem transparecer seus problemas internos, porém não demonstra toda a potencialidade do município enquanto destino turístico.

Quadro 7 – Resumo dos argumentos dos residentes que confirmam (ou não confirmam) as imagens supostamente criadas pelos turistas

Argumentos que confirmam (ou não confirmam) as imagens apontas pelos residentes		
	Positivas	Negativas
Argumentos que afirmam que as imagens condizem com a realidade local	A cidade estimula os artesãos locais	O custo de vida em São Roque é alto
	A cidade possui o epíteto de Terra do Vinho	O produto turístico são-roquense é restrito e disperso
	São Roque é nacionalmente conhecida pela sua produção vinícola	Os são-roquenses mais humildes não frequentam o evento
Argumentos que afirmam que as imagens não condizem com a realidade local	A cidade não é tão ligada à cultura como a Expo São Roque apresenta ser	Os são-roquenses não consomem muito vinho
	O resto da cidade não possui a mesma estrutura turística que a Expo São Roque	A cidade apresenta outros atrativos turísticos além da Expo São Roque
	A cidade não apresenta um prato típico e os moradores locais não consomem alcachofra com regularidade	

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entretanto acredita-se que o morador local possua uma visão muito mais crítica sobre sua cidade do que o turista, pois os moradores enfrentam problemas e desafios cotidianos, enquanto que o turista permanece pouco tempo no destino e, na maioria das vezes, está gozando do seu tempo de lazer. Por isso, a seguir, será apresentada a percepção dos turistas acerca da Expo São Roque 2013, para que se possa comparar as duas visões sobre o mesmo evento.

4.2 TURISTAS

Os turistas representam 84% da amostragem dessa pesquisa (ver gráfico 3), configurando-se como público dominante e confirmando a hipótese de Renzo (2013) e Martins (2013) de que apesar da organização também preparar o evento para as famílias de São Roque, os elementos da programação atraem mais as famílias dos turistas do que dos moradores locais.

No total responderam ao questionário 363 turistas, residentes em 4 estados (Alagoas, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo).

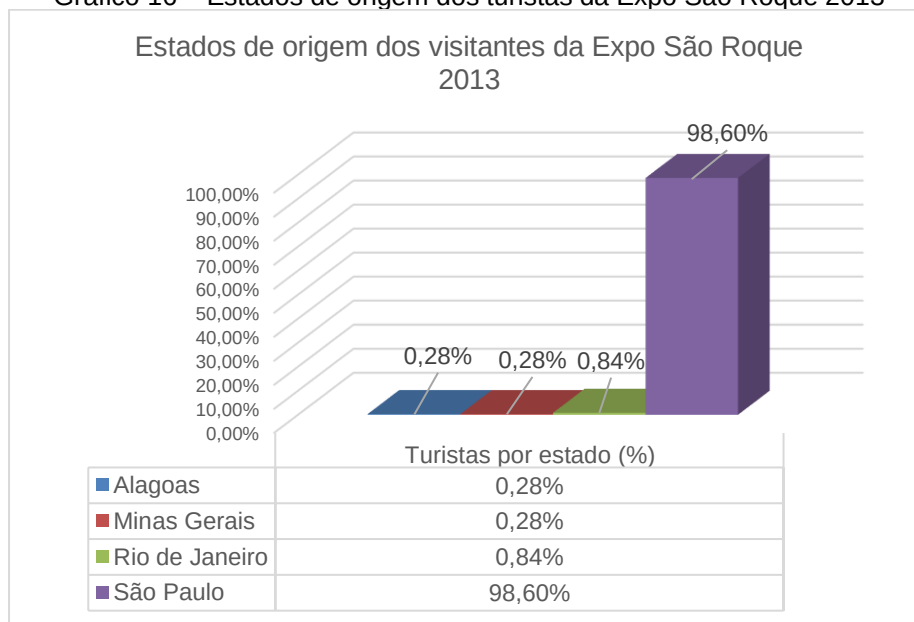
Tabela 12 – Turistas da Expo São Roque 2013 de acordo com seus estados

Estados	Turistas
Alagoas	1
Minas Gerais	1
Rio de Janeiro	3
São Paulo	358
Total	363

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O Estado de São Paulo foi o mais representado, com 358 turistas, correspondendo a 98,6% do público turístico pesquisado.

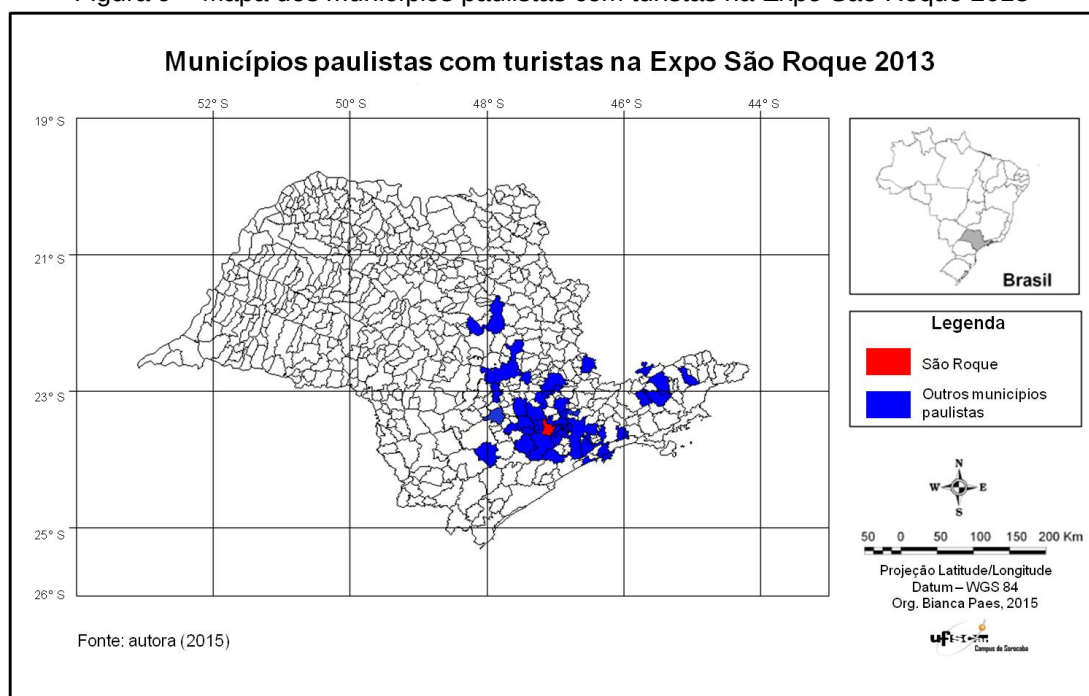
Gráfico 16 – Estados de origem dos turistas da Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Os turistas paulistas pesquisados eram procedentes de 48 cidades (mapa 1), o que indica que 7,4% do Estado de São Paulo esteve representado na Expo São Roque 2013.

Figura 9 – Mapa dos municípios paulistas com turistas na Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Nota-se que 28 dessas cidades encontram-se a menos de 100 km de São Roque, ao relacionar este dado com número de turistas vindos de cada município (tabela 13), percebe-se que 81% dos turistas pesquisados residem a menos de 100 km de São Roque. Por isso, pode-se entender porque na maioria das publicações sobre as Festas do Vinho e Expos São Roque os turistas são apresentados como excursionistas, uma vez que estes últimos não pernoitam no destino¹³⁴, ação justificada pela proximidade da sua cidade.

¹³⁴ Essa pesquisa não questionou os visitantes sobre o uso de meios de hospedagem e pernoite em São Roque.

Tabela 13 – Turistas paulistas da Expo São Roque de acordo com seus municípios

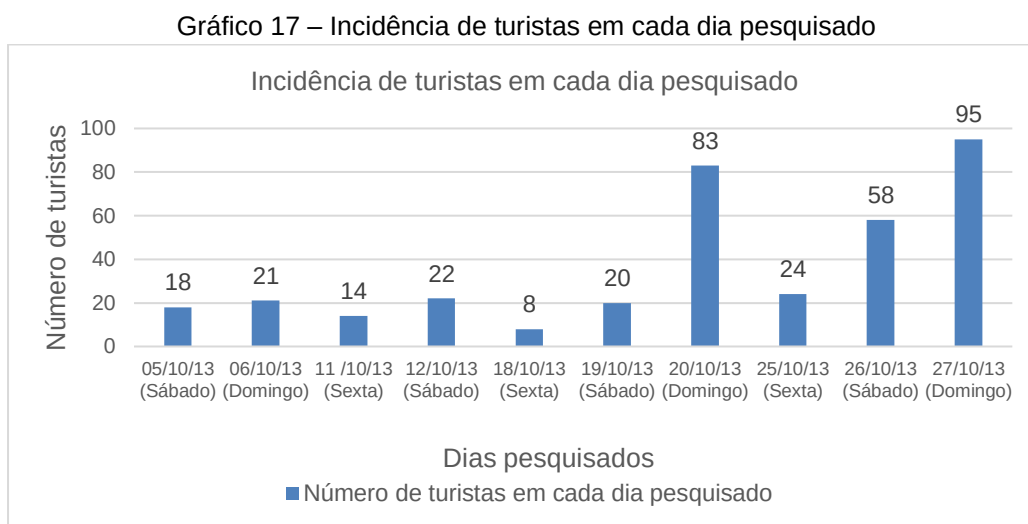
Municípios	Turistas		Municípios	Turistas
Alumínio	5		Pindamonhangaba	2
Araçariguama	1		Piracicaba	2
Araçoiaba	2		Porto Feliz	2
Barueri	4		Praia Grande	6
Biritiba Mirim	2		Ribeirão Bonito	2
Caçapava	2		Rio Claro	2
Cajamar	2		Santa Barbara D'Oeste	1
Campinas	5		Santana de Parnaíba	6
Carapicuíba	2		Santo André	5
Cotia	7		Santos	14
Embú das Artes	2		São Bento do Sapucaí	2
Franco da Rocha	1		São Bernardo do Campo	17
Guarujá	3		São Carlos	3
Ibiúna	12		São Miguel Arcanjo	2
Indaiatuba	6		São Paulo	135
Itapevi	1		Socorro	2
Itu	6		Sorocaba	28
Jandira	1		Suzano	2
Jundiaí	7		Tatuí	1
Juquitiba	2		Taubaté	5
Laranjal Paulista	2		Valinhos	2
Lorena	4		Vargem Grande Paulista	19
Mairinque	9		Votorantim	1
Osasco	6			
Piedade	3			
			Total	358

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Durante o período em que essa pesquisa foi aplicada (ver tabela 1), o maior fluxo turístico concentrou-se nos dias 20/10 – domingo (100%), 26/10 – sábado (93,5%), 19/10 – domingo (90,9%), 12/10 – sábado (84,6%) e 27/10 – domingo (83,3%). Isso indica que 2 hipóteses da organização do evento e dos comerciantes e expositores se confirmam: 1) Os turistas frequentam mais o evento aos sábados e domingos, enquanto os moradores locais as sextas - parte dessa afirmação já foi confirmada com a frequência dos locais (gráfico 4) e agora se comprova também o que diz respeito à

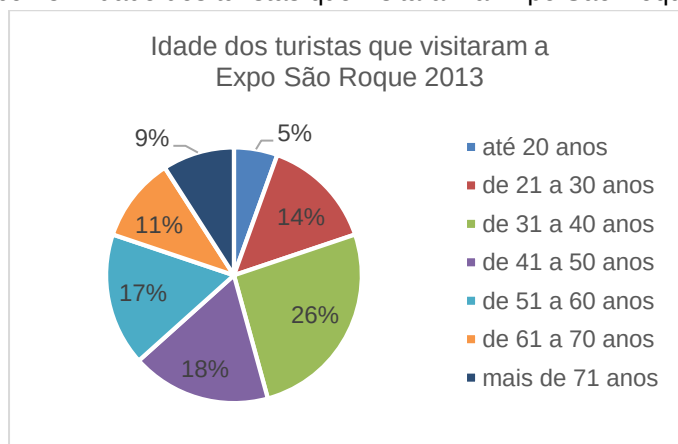
preferência dos turistas pelos finais de semana, o que se explica dado que são os dias onde a maioria deles não trabalha e com isso torna-se possível viajar; e 2) Os dois últimos finais de semana são os mais frequentados pelos turistas - isso se certifica ao notar-se que dentre os 5 dias com maior fluxo turístico, 4 deles são nos 2 últimos finais de semana do evento.

Por outro lado, os dias de menor movimentação turística foram: 18/10 – sexta (50%), 11/10 – sexta (60,9%), 06/10 – domingo (61,8%), 25/10 – sexta (80%) e 05/10 – sábado (81,9%). Nota-se que entre os 5 dias com menor fluxo turístico, 3 são sextas e os outros 2 são do primeiro final de semana. Essas informações, juntamente com os dados sobre a frequência dos moradores locais (gráfico 4), confirmam mais uma vez, a preferência do morador local pelas sextas-feiras e pelo primeiro final de semana do evento – quando é válido o ingresso cortesia – enquanto que os turistas preferem os sábados e domingos e os últimos finais de semana do evento.



Entre os turistas que compareceram à Expo São Roque 2013 (363), a maioria tinha entre 31 e 40 anos (94), seguidos daqueles que tinham de 41 a 50 anos (64), depois de 51 a 60 anos (61), de 21 a 30 anos (52), de 61 a 70 anos (39) e, por fim, os turistas com mais de 71 anos (33) e os com até 20 anos (20). Considerando que o Estatuto do Idoso conceitua como “terceira idade” aquelas pessoas com mais de 60 anos, pode-se dizer que 21,8% do público turístico pesquisado na Expo São Roque 2013 são da terceira idade.

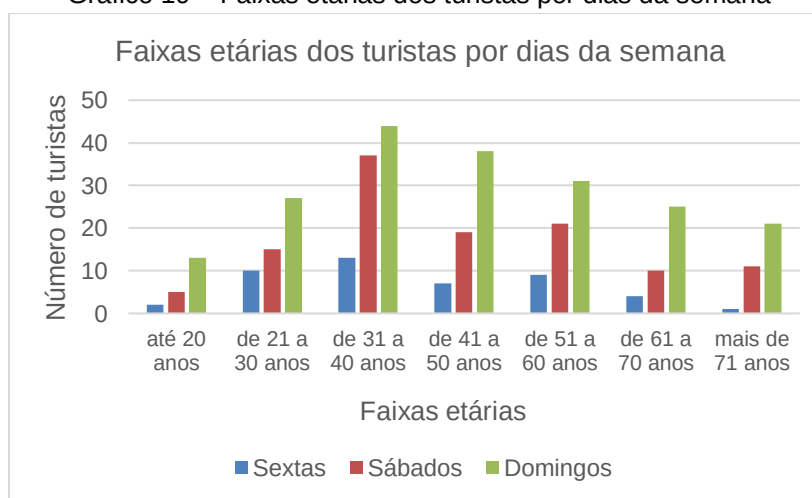
Gráfico 18 – Idade dos turistas que visitaram a Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Ao analisar a frequência das faixas etárias em cada dia da semana, descobre-se que aqueles turistas que têm entre 31 a 40 anos foram os mais presentes todos os dias, seguidos, as sextas, pelos de 21 a 30 anos, aos sábados, pelos de 51 a 60 anos e, aos domingos, pelos de 41 a 50 anos.

Gráfico 19 – Faixas etárias dos turistas por dias da semana



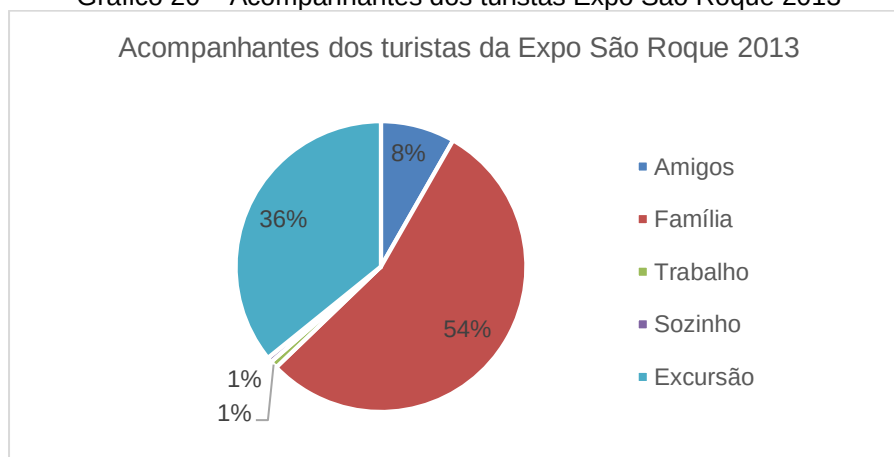
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

A predominância da faixa etária de 31 a 40 anos em todos os dias do evento é um dado curioso que demonstra que esse público, não só foi maioria no evento como um todo, como foi também mais presente em cada dia pesquisado, uma vez que eram predominantes em todos os dias da semana e não apenas em um dia especificamente, o que seria justificado se somente um elemento da programação os tivesse atraído.

Quanto às sextas-feiras, ao se analisar a programação percebe-se que há o “Baile da Saudade”, atrativo destinado ao público da terceira idade, que não foi a maioria neste dia da semana. Por isso, acredita-se que a organização deva repensar quanto à oferta desse atrativo às sextas-feiras, talvez devesse mudar o baile para o domingo – dia em que a terceira idade é mais presente – ou ofertar uma programação que seja direcionada ao público prevalecente deste dia: os turistas de 21 a 40 anos.

No que diz respeito à companhia desses turistas, constata-se que 54% foram ao evento acompanhados de suas famílias, 8% foram acompanhados de seus amigos, 1% foram a trabalho, 1% foram sozinhos e 36% foram ao evento em excursões¹³⁵. Portanto, pode-se afirmar que o público alvo foi atingindo, pois Renzo (2003) informou que a organização preparava a Expo São Roque 2013 para as famílias, que demonstraram ser a companhia da maioria dos turistas pesquisados.

Gráfico 20 – Acompanhantes dos turistas Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Vale a ressalva de que entre os turistas que declararam terem ido ao evento acompanhados de colegas de trabalho estão aqueles que atingiram metas e tiveram como prêmio a viagem de incentivo para a Expo São Roque 2013. Acredita-se que a organização e, tampouco, os expositores e comerciantes tenham imaginado que o evento também atuava como destino de viagens de incentivo, agora cientes disso,

¹³⁵ É importante destacar que este turista que viaja com excursões não é o mesmo da modalidade do turista excursionista, isso porque o primeiro é aquele que viaja em grupos e o segundo é aquele que não pernoita no destino. Porém, na maioria das vezes acontece justamente do turista que visita São Roque e viaja em grupos não pernoitar e assim as duas categorias se apresentarem ao mesmo tempo.

podem buscar parcerias com as empresas a fim de aumentar a participação desse público.

Em cada dia da semana que aconteceu a Expo São Roque 2013 prevaleceu-se um tipo de acompanhante: as sextas e sábados a maior parte dos turistas foram ao evento acompanhados de seus familiares e aos domingos a maioria foi acompanhada de um grupo de excursão.

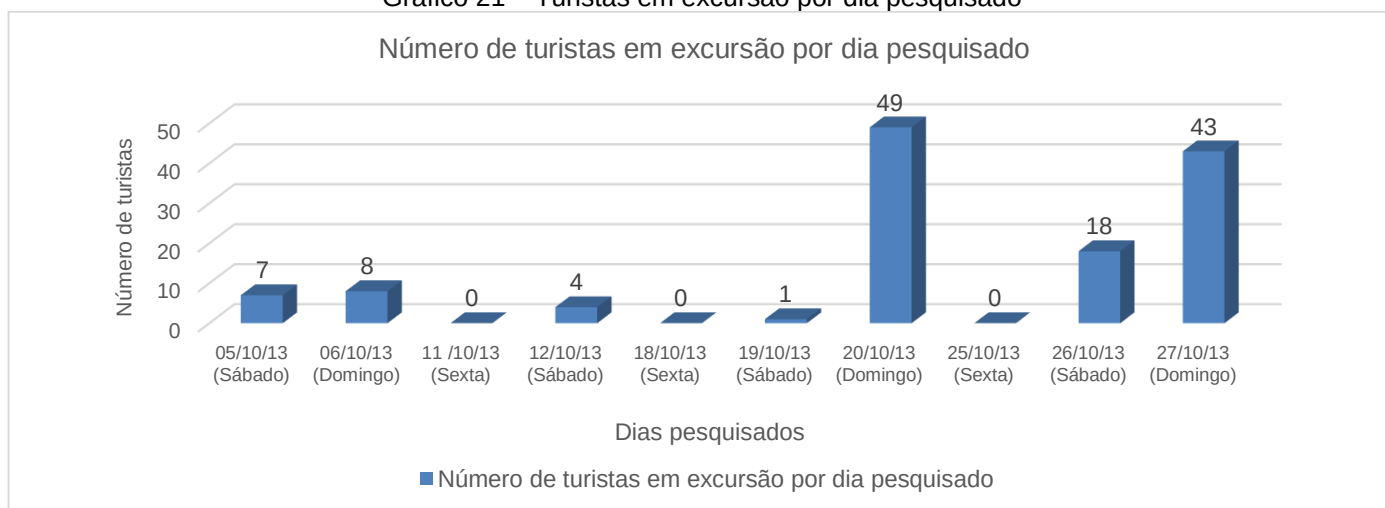
Tabela 14 – Tipos de acompanhante dos turistas por dia da semana

Acompanhantes	Sexta	Sábado	Domingo
Amigos	6	11	13
Familiares	38	74	86
Trabalho	1	2	0
Sozinho	1	1	0
Excursão	0	30	100
Total	46	118	199

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O fato dos domingos registrarem maior número de turistas de excursão e as sextas a ausência desse grupo, confirma mais uma das pressuposições dos organizadores, comerciantes e expositores do evento. Aproveitando-se disso, confirma-se também a afirmação de que tais excursões estão mais concentradas nos últimos finais de semana da Expo São Roque 2013, conforme ilustra o gráfico 21, onde nota-se que os picos de turistas em excursão são nos dias 20/10 (domingo), 26/10 (sábado) e 27/10 (domingo).

Gráfico 21 – Turistas em excursão por dia pesquisado



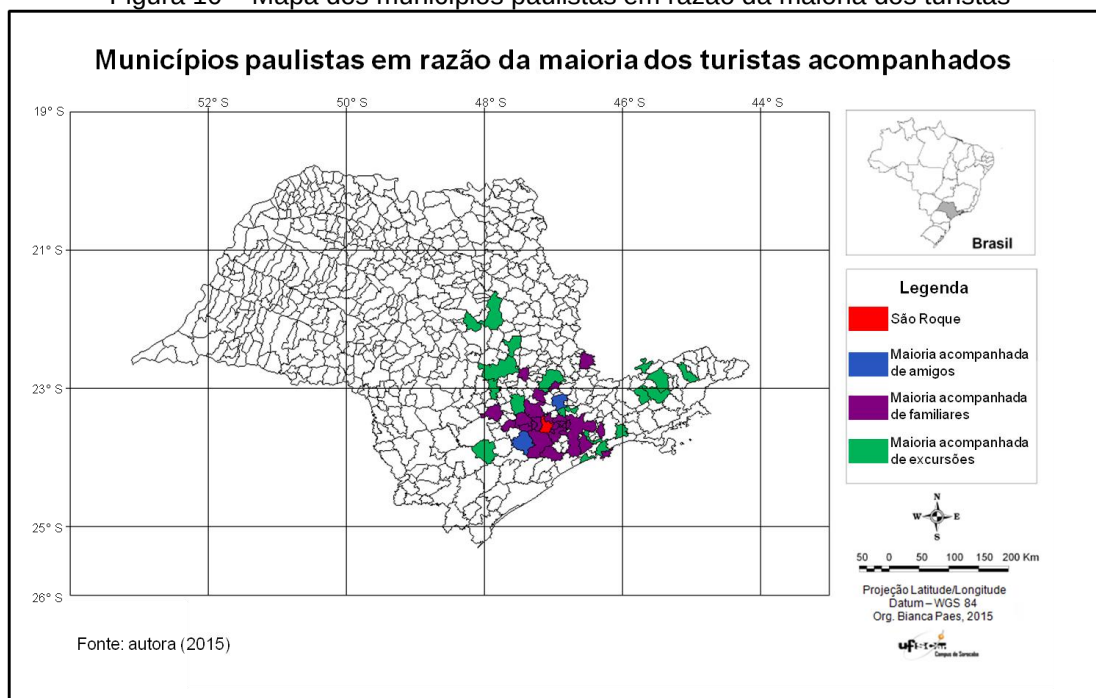
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

As análises referentes à companhia dos turistas na Expo São Roque 2013 permitem pontuar quais foram os centros emissivos que mais enviam famílias, grupos de amigos, pessoas a trabalho, pessoas sozinhas ou grupos de excursão para o evento.

Dentre os turistas de outros estados 40% foram ao evento acompanhados de suas famílias e outros 60% acompanhados de grupos de excursão. Apesar desse público não ter sido representativo na amostra desta pesquisa, a presença de excursões procedentes de outros estados permite afirmar que houve mais turistas de tais localidades, uma vez que as excursões configuram-se como viagens em grandes grupos, e isso significa que a divulgação e reconhecimento do evento extrapolam os limites do Estado de São Paulo.

A figura 10 ilustra as companhias mais frequentes por município paulista, tais resultados podem servir de insumos para investimentos no *marketing* do evento, possibilitando a captação de novos turistas de diferentes pólos emissivos e aumentando o público já efetivo. Deve-se atentar que um município pode ter sido originário de vários turistas com diversas companhias, porém o mapa destaca a maioria.

Figura 10 – Mapa dos municípios paulistas em razão da maioria dos turistas



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

No que diz respeito aos municípios paulistas, percebe-se que a maioria dos turistas originários de 19 cidades visitou a Expo São Roque 2013 com excursões, enquanto que a maioria de turistas de 27 centros emissivos foram à Expo acompanhados da família e apenas 2 cidades enviam majoritariamente turistas a trabalho ou como viagem de incentivo.

Durante a Expo São Roque 2013 existiram 25 núcleos emissores de excursões no Estado São Paulo, entre eles 18 encontram-se a mais de 100 km de São Roque, permitindo afirmar que 74% das excursões pesquisadas na Expo São Roque 2013 são originárias de cidades com distância maior ou igual a 100 km de São Roque.

Ainda no que se refere aos acompanhantes dos turistas do evento, verifica-se também que 73% dos turistas pesquisados que frequentaram o evento acompanhados de seus amigos tinham entre 21 e 40 anos, 33% dos acompanhados de seus familiares tinham entre 31 a 40 anos, 42% dos que viajaram com excursão tinham mais de 61 anos. Portanto, pode-se dizer que os mais jovens preferiram ir ao evento com seus amigos, os adultos com a família e os mais velhos com excursões.

Tabela 15 – Relação das faixas etárias dos turistas com o tipo de acompanhante

Faixas etárias	Amigos	Familiares	Trabalho	Sozinho	Excursão
Até 20 anos	3	13	0	0	4
De 21 a 30 anos	11	31	1	0	9
De 31 a 40 anos	11	65	0	0	18
De 41 a 50 anos	2	43	0	0	19
De 51 a 60 anos	3	31	1	0	26
De 61 a 70 anos	0	9	1	1	28
Mais de 71 anos	0	6	0	1	26
Total	30	198	3	2	130

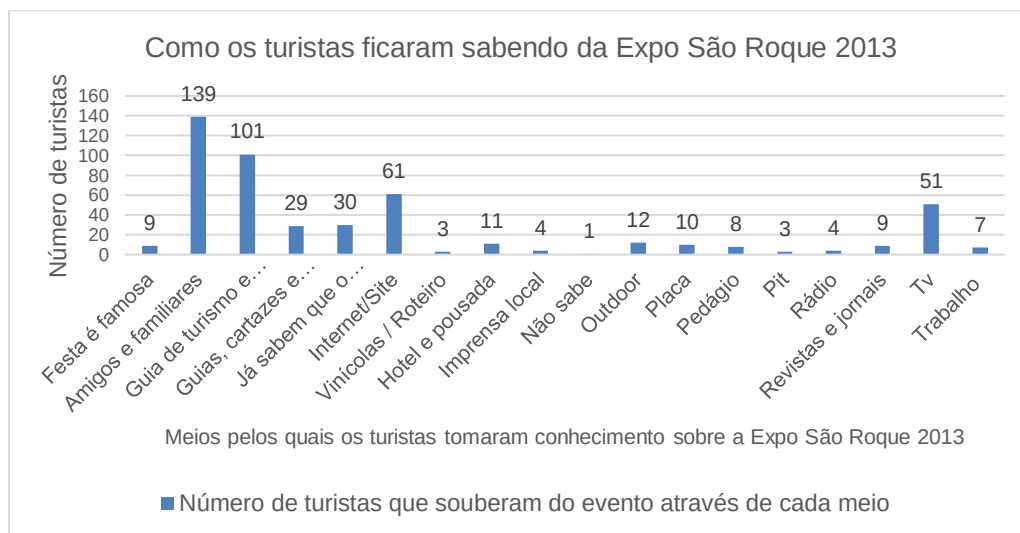
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Essa pesquisa também investigou a forma como os turistas ficaram sabendo do evento. A organização acreditava que a principal fonte de divulgação eram as propagandas na televisão, onde há alto investimento por parte do Sindusvinho e, sabia também, que as recomendações eram importantes formas de divulgação.

Descobriu-se que a forma mais eficiente de *marketing* da Expo São Roque é a recomendação de amigos e familiares (139). Muitas vezes as informações sobre o

evento chegaram aos visitantes de diversas formas que foram consolidadas através do gráfico 22.

Gráfico 22 – Como os turistas ficaram sabendo da Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Além da recomendação do evento por parte de amigos e familiares (139), os visitantes também ficaram sabendo da Expo São Roque 2013 pelos guias de turismo e líderes de excursão¹³⁶ (101) o que evidencia a importância desses profissionais para o *trade*, pois eles são os responsáveis por uma grande parcela da divulgação do evento, além de serem disseminadores de informações e conseguirem ‘convencer’ o turista de que vale a pena conhecer a Expo São Roque.

Constatou-se que 100% dos excursionistas pesquisados ficaram sabendo da realização da Expo São Roque 2013 através de guias de turismo ou líderes de excursão.

Outra forma pela qual os turistas ficaram sabendo do evento foi através da internet e dos *sites* (61), nesta categoria estavam inclusas as redes sociais, os sites da Prefeitura de São Roque, do Sindusvinho e da Expo São Roque, além das demais reportagens e informações virtuais. Os comerciais e as reportagens que passaram na televisão foram responsáveis pela atração de 51 turistas, ao mesmo tempo em que a

¹³⁶ Entende-se que os guias de turismo são profissionais qualificados e cadastrados no Ministério do Turismo, enquanto que os líderes de excursão, apesar de desenvolverem a atividade de guiamento de grupos, não possuem qualificação técnica e cadastro no MTur, portanto, atuando de forma informal.

mídia local – jornais e informativos que circulam apenas na região de São Roque – informou outros 4 turistas, todos moradores de cidades limítrofes.

Os folhetos, cartazes e guias turísticos expostos e distribuídos em feiras, PIT – Ponto de Informações Turísticas –, ações de panfletagem, agências de viagens e etc. fizeram com que 29 turistas tomassem conhecimento a respeito da realização da Expo São Roque 2013, aliás, a panfletagem realizada nos pedágios da Rodovia Raposo Tavares e Castelo Branco foram responsáveis pela atração de mais 8 turistas, ao passo que as publicações em revistas e jornais de maior circulação comunicaram 9 turistas. Os anúncios e entrevistas em programas de rádio avisaram mais 4 turistas.

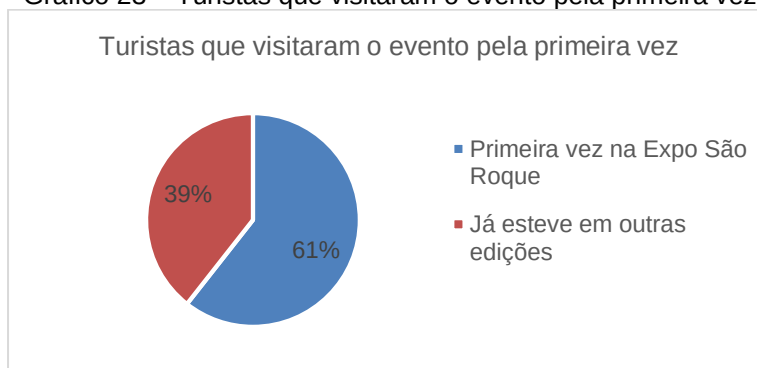
A sinalização do evento nas estradas e dentro da cidade de São Roque conseguiu informar 10 turistas sobre a realização da Expo São Roque 2013, enquanto os outdoors atraíram outros 12 visitantes.

Os turistas que visitaram São Roque para outros fins e acabaram visitando o evento, foram informados em hotéis e pousadas (11), em vinícolas e outros atrativos do Roteiro do Vinho (3) e no PIT (3). Outros 7 visitantes ficaram sabendo da Expo São Roque 2013 através do trabalho - alguns foram ao evento para trabalhar e outros foram a lazer, mas tiveram a recomendação de seus colegas de trabalho.

Curiosamente, 30 turistas alegaram que não precisaram saber da realização do evento através de qualquer meio, pois eles já sabiam que sempre acontece em outubro, já que estão acostumados a frequentar a Expo São Roque regularmente. Outros 9 turistas disseram que sempre sabem sobre o evento, pois ele é famoso e apenas 1 turista disse não se recordar de como ficou sabendo sobre a realização da Expo São Roque 2013.

Os respondentes foram questionados sobre em quantas edições da Expo São Roque eles já estiveram presentes. Entre eles 61% (220) estavam visitando o evento pela primeira vez e 39% (143) já tinham frequentado outras edições.

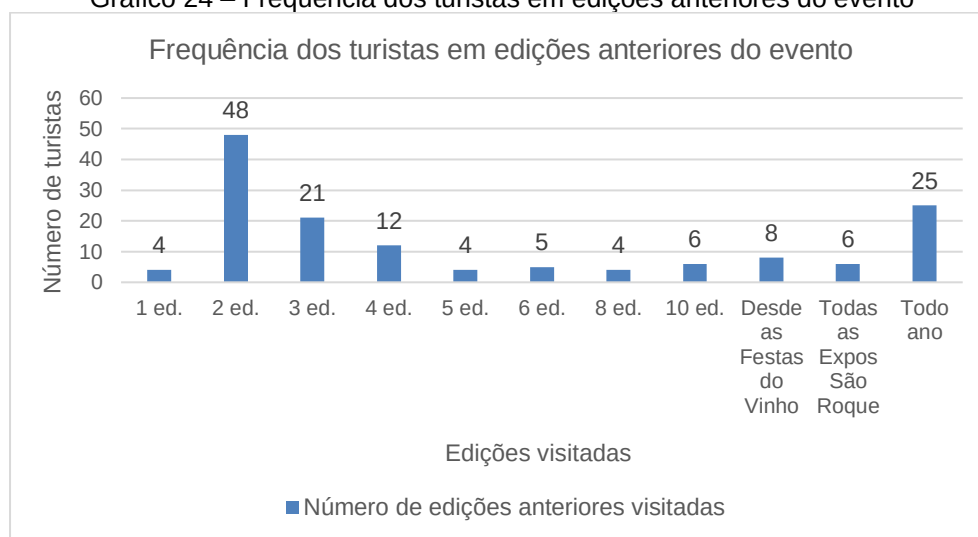
Gráfico 23 – Turistas que visitaram o evento pela primeira vez



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os que 143 que já visitaram outras edições da Expo São Roque, a maioria (33,4%) afirmou que frequentou duas edições do evento, 17,5% dizem frequentar “todo ano”, 14,7% já estiveram em três edições, 8,4% em 4 edições, outros 5,6% dizem frequentar o evento desde as Festas do Vinho, 4,2% frequentaram todas edições da Expo São Roque, 4,2% já visitaram 10 edições, 3,3% visitaram 6 edições, 2,9% dizem ter visitado o evento apenas uma vez, assim como 2,9% estiveram em 5 edições e 2,9% em 8 edições.

Gráfico 24 – Frequência dos turistas em edições anteriores do evento



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Essa contagem das edições visitadas não exigia que fossem visitas consecutivas, tanto que há turistas que disseram visitar o evento de 2 em 2 anos, outros estiveram

pela última vez quando era Festa do Vinho e só retornaram na 21ª Expo São Roque retornando.

A fim de entender o alto índice de retorno dos turistas, questionou-se sobre a motivação deles para visitarem a Expo São Roque e quais as atividades eram desenvolvidas por eles no interior do evento. Entre as motivações¹³⁷ destacou-se a atividade “passear” (177) descrita pelos turistas como “sair de casa”, “dar uma volta”, “relaxa”, “sair se divertir”, “passar um dia diferente”, “aproveitar um passeio rápido e curto”, entre outros.

Quadro 8 – Síntese das motivações dos turistas

Motivações	Citações
Passear	177
Produtos vinícolas	119
Conhecer o evento	115
Alcachofra	103
Gastronomia	74
Acompanhar familiares e amigos	43
Porque vão todos os anos	34
Festa famosa e típica	31
Ambiente	28
Conhecer a cidade de São Roque	19
Expositores	15
Trabalho	11
Lazer para as crianças	10
Shows e apresentações	10
Parou por acaso	6
Flores	5
Gosta desse tipo de evento	5
Conhecer pessoas	5
Comemorar data especial	4
Conhecer o Roteiro do Vinho	3
Conhecer a cultura local	2
Viagens de incentivo	2

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

¹³⁷ Um mesmo turista pode ter apresentado mais de uma motivação para ir à Expo São Roque 2013.

Os turistas motivados pelos produtos vinícolas e pela alcachofra também se destacaram. No que diz respeito aos produtos vinícolas (119), alguns quiseram degustar, outros queriam comprar vinhos e sucos, e outros queriam conhecer o “famoso vinho de São Roque” - acredita-se que essa fama dos produtos vinícolas locais ainda seja resquício das proporções e da publicidade das Festas do Vinho. No que se referem às alcachofras (103), muitos turistas queriam consumi-la em diversos pratos, principalmente o pastel de alcachofra, pois, segundo eles, a flor não é uma iguaria recorrente em seus cardápios, e outros turistas (30%¹³⁸) queriam prová-la, pois ainda não a conheciam. Houve também aqueles que alegaram terem ido ao evento já que era a Festa da Alcachofra.

Alguns turistas (115) apresentaram-se motivados a conhecerem o evento, alguns por curiosidade, outros porque viram na mídia ou por recomendação de seus amigos e familiares que já conhecem o evento.

A gastronomia foi responsável por motivar 74 turistas, deste grupo excluíram-se aqueles que foram especificamente por causa da alcachofra. Neste conjunto de turistas estão aqueles que queriam almoçar ou jantar no evento, ou ainda aqueles que queriam algum prato ou empreendimento gastronômico em específico, como: bacalhau do Restaurante Tia Lina¹³⁹, doces, salames e queijos artesanais e lanches das barracas na Praça de Alimentação.

Expandindo a compreensão do item gastronomia e incluindo também as motivações relacionadas ao vinho e à alcachofra, tem-se que 296 turistas foram ao evento por motivos gastronômicos, isso significa 36% das motivações dos turistas estão relacionadas à gastronomia. Este dado permite afirmar que o formato Expo São Roque é um evento gastronômico, enquanto que a Festa do Vinho era dedicada aos produtos vinícolas e a gastronomia era apresentada apenas como um complemento.

O ambiente familiar, seguro e agradável do evento, juntamente com o ar puro da cidade foram responsáveis por motivar 28 turistas a visitarem a Expo São Roque 2013.

¹³⁸ 30% dos turistas motivados a ir ao evento por causa da alcachofra (103), queriam conhecê-la.

¹³⁹ O Restaurante Tia Lina é um restaurante localizado no Roteiro do Vinho e que normalmente monta uma unidade no interior da Expo São Roque, entretanto na edição de 2013 o restaurante não montou sua unidade e sua ausência foi sentida por muitos turistas, principalmente aqueles que dizem ter ido ao evento apenas para comer o seu prato com bacalhau.

Outros 4 estavam no evento para comemorar datas especiais, como aniversário, aniversário de casamento e lua de mel em São Roque.

Tiveram 34 turistas que disseram, assim como os residentes, que foram ao evento porque vão todos os anos e estão acostumados com isso, pois gostam da Expo São Roque. Enquanto isso, outros 31 visitantes disseram terem ido à Expo São Roque 2013 porque quiseram conhecer as famosas Festas do Vinho/Festas da Uva e do Vinho/Expo Floral e etc., esse grupo de turistas foi motivado por diversos formatos anteriores do evento e nem se quer perceberam que a proposta, além do nome, mudou. Aliás, o atual formato de evento foi o responsável por atrair 5 turistas que disseram gostar de Festas como a Expo, como a Festa do Morango, Festa do Caqui e etc.

Os expositores foram responsáveis por motivar 15 turistas, neste grupo estão aqueles que pretendiam ver a variedade de produtos expostos, fazer compras e visitar a exposição de artesanatos. Os visitantes de fora de São Roque que foram ao evento para trabalhar (11) objetivavam negociar e trocar informações com os expositores ou eram guias de turismo, líderes de excursão e motoristas que estavam no evento acompanhando seus grupos. Outros 2 visitantes foram vencedores de programas de incentivo em seus empregos.

A Fazendinha, os brinquedos, o playground e toda a estrutura de lazer motivaram 10 turistas a irem ao evento, enquanto que os shows e atrações, principalmente a pisa da uva, motivaram outros 10.

As flores foram a principal motivação de 5 turistas que alegaram que os jardins e o paisagismo do evento são muito bonitos, mas nenhum deles disse ter ido ao evento para comprar flores – um dos produtos disponíveis para comercialização. Outros 6 disseram ter parado por acaso no evento e por isso não sabiam o que tinha no interior do recinto.

Houve também aqueles turistas que só foram à Expo São Roque 2013 para acompanhar seus familiares e amigos (43), outros acharam que o evento seria uma boa chance de conhecer a cidade de São Roque (19), conhecer pessoas (5), a cultura local (2) ou o Roteiro do Vinho (3). Esses últimos disseram ter passado no roteiro pela manhã e a tarde foram ao evento, uma vez que a Expo acontece próxima ao centro da cidade

e o Roteiro do Vinho é no bairro de Canguera – mais próximo a saída de São Roque pela Rodovia Raposo Tavares.

Esperava-se que os produtos vinícolas e a alcachofra fossem as principais motivações dos turistas, mas, conforme o quadro 8, eles se apresentaram como segunda e quarta motivação respectivamente, ficando atrás do desejo de passear e de conhecer o evento. Isso pode ser justificado pela publicidade realizada que tenta mostrar que a feira não se fundamenta apenas em vinhos e alcachofras e que é um lugar agradável para passear com a família.

Ao separar as motivações pelas faixas etárias, nota-se que a maioria dos turistas de até 20 anos foram motivados à irem a Expo São Roque 2013 para acompanhar seus familiares e amigos, o que pode justificar a predominância dessas companhias entre os turistas dessa faixa etária. Os turistas de 21 a 30 anos foram motivados pelos produtos vinícolas, enquanto todas as outras faixas etárias queriam apenas passear.

Tabela 16 – Síntese das motivações dos turistas de acordo com as faixas etárias

(continua)

Motivações	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Passear	7	14	47	29	36	28	16	177
Produtos vinícolas	1	25	38	18	17	13	7	119
Conhecer o evento	9	13	37	22	16	10	8	115
Alcachofra	3	12	26	24	19	11	8	103
Gastronomia	5	7	24	11	13	6	8	74
Acompanhar familiares e amigos	10	5	10	5	7	4	2	43
Porque vão todos os anos	0	1	7	11	7	5	3	34
Festa famosa e típica	0	2	6	10	5	7	1	31
Ambiente	0	10	10	4	3	0	1	28
Conhecer a cidade de São Roque	0	0	7	8	2	1	1	19
Expositores	1	2	1	4	2	1	4	15
Trabalho	0	0	4	1	2	2	2	11
Lazer para as crianças	0	3	7	0	0	0	0	10
Shows e apresentações	0	1	5	2	1	0	1	10

Tabela 16 – Síntese das motivações dos turistas de acordo com as faixas etárias
(conclusão)

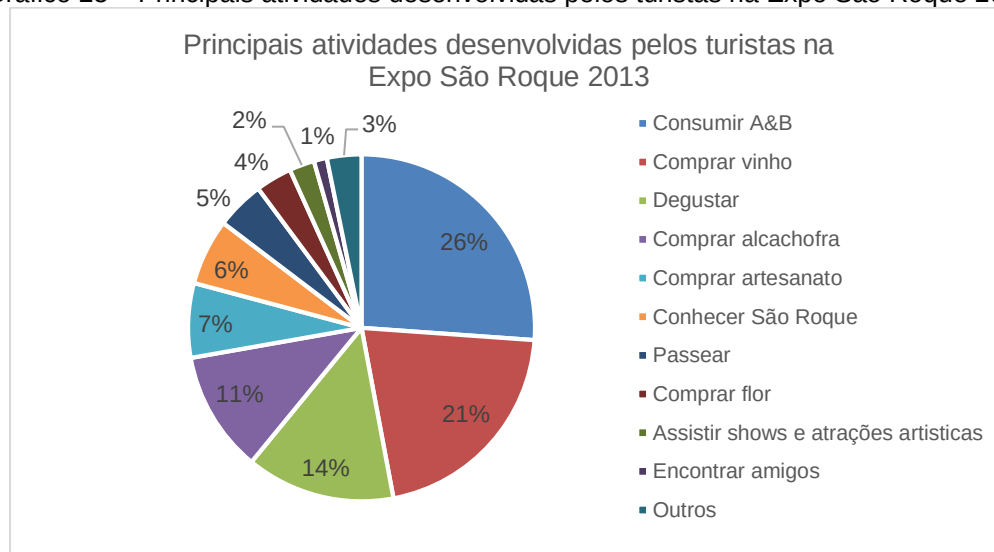
Motivações	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Parou por acaso	1	3	1	1	0	0	0	6
Flores	0	0	2	0	3	0	0	5
Gosta desse tipo de evento	0	0	1	2	1	1	0	5
Conhecer pessoas	2	0	1	0	2	0	0	5
Comemorar data especial	0	1	2	1	0	0	0	4
Conhecer o Roteiro do Vinho	0	0	0	1	1	1	0	3
Conhecer a cultura local	0	2	0	0	0	0	0	2
Viagens de incentivo	0	0	0	1	0	1	0	2

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Nota-se também algumas peculiaridades de cada faixa etária diante das motivações: (1) nenhum turista menor de 20 anos foi motivado a ir ao evento porque vai todos os anos, ou seja, a frequência à Expo São Roque ainda não se tornou uma rotina para essa faixa etária; (2) Os turistas que foram ao evento buscando por lazer para as crianças tinham apenas entre 21 e 40 anos; (3) nenhum turista maior de 51 anos parou no evento por acaso ou foi comemorar alguma data especial; (4) conhecer o Roteiro do Vinho só foi motivação para aqueles com mais de 41 anos; (5) os únicos que quiseram conhecer a Expo São Roque para conhecer a cultura local tinham entre 21 e 30 anos; assim como (6) o fato de gostar desse tipo de evento, querer conhecer a cidade ou as flores só atraíram turistas acima dos 31 anos.

Além das motivações, foram questionadas as atividades que os turistas realizaram durante a Expo São Roque 2013, entre elas, destacou-se principalmente o consumo de alimentos e bebidas (26%), a compra de vinho (21%) e as degustações (14%), que juntos correspondem a mais da metade das atividades desenvolvidas por eles.

Gráfico 25 – Principais atividades desenvolvidas pelos turistas na Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

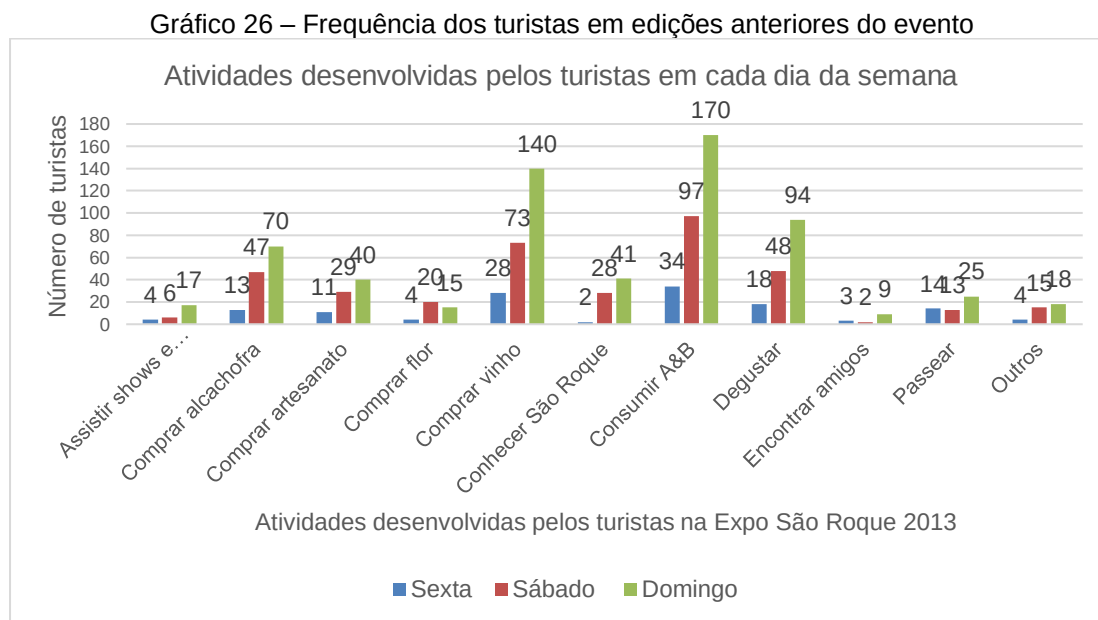
Na categoria do consumo de alimentos e bebidas (26%) estavam inclusas práticas como alimentar-se em lanchonetes, restaurante e barracas do evento. Essa não foi uma das principais motivações, mas foi a atividade mais praticada. A degustação, além de estar inclusa nas motivações pelos produtos vinícolas e pela alcachofra, foi realizada por 14% dos turistas pesquisados e a compra de vinhos foi efetuada por 21%, entretanto apenas 69% dos que degustaram de fato compraram os produtos.

Entre as outras atividades, a compra de alcachofra (11%) e a compra de artesanatos (7%) também se destacaram, apesar do artesanato ter sido minimamente citado entre os turistas que foram ao evento por causa dos expositores, enquanto que a alcachofra além de forte motivação foi também bastante comercializada. A atividade “passear” (5%) foi apontada como a principal motivação, porém não ganhou destaque entre as atividades desenvolvidas pelos turistas pesquisados. Por outro lado, as flores (4%) e as apresentações artísticas (2%) foram responsáveis pela motivação de poucos turistas, porém foram atividades que tiveram sua prática reconhecida.

Na categoria “outros” (3%) estão inclusas práticas como: conhecer a alcachofra, comprar doces, queijos ou suco de uva, pesquisar, conhecer pessoas, ver expositores, trabalhar, acompanhar amigos e familiares, ver os animais, levar as crianças para brincarem, conhecer vinícolas locais, tirar fotos e conhecer a festa. Nota-se que muitas

das principais motivações foram pouco mencionadas como atividades e por isso foram aglutinadas na categoria de outros.

Ao relacionar as atividades desenvolvidas pelos turistas com os dias da semana em que o evento esteve aberto, nota-se que tanto nas sextas, como aos sábados e domingos, as atividades principais foram o consumo de alimentos e bebidas, a degustação e a compra de vinhos e alcachofras.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Lembrando que cada turista pesquisado pode ter praticado várias atividades, pontua-se que o consumo de produtos alimentícios foi realizado por 74% dos turistas que foram ao evento às sextas, 82% dos que foram aos sábados e 85% dos que foram aos domingos. A compra de vinho foi realizada por 61% dos turistas das sextas, 62% dos sábados e 70% dos domingos, enquanto que a compra de alcachofras foi de 28%, 40% e 35% respectivamente nesses dias. A degustação desses produtos foi feita por 39% do público turístico pesquisados as sextas, 41% dos pesquisados aos sábados e 47% dos pesquisados aos domingos.

Percebe-se também que atividades como: compra de flores e de alcachofras, encontrar amigos, conhecer São Roque e outros; foram mais desenvolvidas aos sábados. Enquanto que a compra de artesanatos e passear foram mais recorrentes às sextas e as demais atividades foram predominantemente desenvolvidas aos domingos.

Separando as atividades pelas faixas etárias, descobre-se que o consumo de A&B foi a principal atividade de todas as idades, em segundo lugar, os turistas com menos de 20 anos passearam, enquanto todos os outros compraram vinho, fizeram degustação e compraram alcachofras.

Tabela 17 – Síntese das atividades dos turistas de acordo com as faixas etárias

Atividades	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Assistir shows e atrações artísticas	4	5	4	6	6	2	0	27
Comprar alcachofra	2	16	35	28	21	15	13	130
Comprar artesanato	1	12	19	17	14	7	10	80
Comprar flor	0	2	6	8	10	8	5	39
Comprar vinho	4	36	68	42	41	29	21	241
Conhecer São Roque	2	10	19	11	9	11	9	71
Consumir A&B	16	43	80	52	48	33	29	301
Degustar	4	24	42	29	30	17	14	160
Encontrar amigos	1	3	4	3	2	1	0	14
Passear	8	6	8	9	10	5	6	52
Outros	4	1	12	7	7	5	1	37

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O consumo de produtos alimentícios foi praticado por 88% dos turistas com mais de 71 anos e apenas 79% daqueles que tinham entre 51 e 60 anos. A alcachofra foi mais comprada por aqueles de 41 a 50 anos (44%) e menos comprada pelos menores de 20 anos (10%).

A faixa etária que mais comprou vinho (74%) foi a de 61 a 70 anos e os que menos compraram esses produtos tinham menos de 20 anos (20%), até porque 55% dos turistas pesquisados dessa faixa etária eram menores de idade e não podiam consumir bebidas alcoólicas. Por esse mesmo motivo, eles também foram os que menos fizeram a degustação, enquanto que os que mais a fizeram foram os que tinham de 51 a 60 anos.

Entre as outras atividades destaca-se que: (1) nenhum menor de 20 anos comprou flor e apenas um encontrou amigos e outro comprou artesanatos; (2) entre os maiores de 71 anos, nenhum disse ter assistido aos shows ou encontrado amigos; (3)

as flores foram mais compradas (20%) entre aqueles de 61 a 70 anos; (4) essa mesma faixa etária foi a que mais quis conhecer a cidade de São Roque (28%); (5) os que mais compraram artesanato tinham mais de 71 anos; e (6) os menores de 20 anos foram os que mais assistiram aos shows e passearam.

Quadro 9 – Síntese dos pontos altos do evento apontados pelos turistas

Pontos altos da Expo São Roque 2013	Citações
Shows e atrações artísticas	137
Estrutura, organização e atendimento	119
Tudo	115
Produtos vinícolas	106
Alcachofra	85
Degustação	44
Alimentos e Bebidas	43
Personagens	39
Artesanato	36
Trilha e cachoeira	35
Clima Familiar	33
Flores	30
Paisagismo	18
Exposição	15
Réplica do Cine São José	13
Fazendinha	11
Comunidade local	11
Tema	8
Cidade de São Roque	7
Queijos e salames	6
Contato com a natureza	6
Barracas de variedades	5
Compras	4
Decoração	4
Doces	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os pontos altos, os mais citados foram os *shows* e apresentações artísticas. Muitos visitantes destacaram a variedade de atrações, as bandas, orquestras e,

principalmente, a pisa da uva. As questões ligadas a estrutura, organização e atendimento também estavam entre os pontos altos, entre elas a limpeza do recinto, o fornecimento de informações, a ausência de filas, o bom atendimento, a apresentação de novidades e a crescimento do evento, quando comparado com anos anteriores.

Alguns turistas não souberam pontuar apenas alguns pontos altos e disseram que “tudo” foi destaque, alegaram gostar do evento todo, do conjunto de produtos e serviços ofertados.

No que se refere aos dois principais produtos do evento – alcachofra e vinho -, segundo os turistas, os produtos vinícolas se destacaram mais que a referida flor, para eles as melhores partes foram a exposição, a compra e degustação dos vinhos. Entre as alcachofras, o que mais agradou os visitantes foram os pratos elaborados com a flor, a qualidade de seus produtos, o espaço e as aulas oferecidas à eles.

Os alimentos e bebidas foram destaques por causa dos bons restaurantes e da variedade gastronômica do evento. Enquanto isso, os aspectos relativos ao tema, como os personagens, decoração e a réplica do Cine São José, agradaram muito aos visitantes que gostaram da temática cinema e da preocupação em se entreter os visitantes, através das intervenções, e de homenagear o povo são-roquense com a réplica do cinema.

O contato com a natureza, o paisagismo, a trilha e a cachoeira foram eleitos pontos altos por aqueles que apreciaram os jardins, os recursos naturais do recanto e, como alguns disseram, “o ar puro que não encontraram” em suas cidades.

Outros produtos como os artesanatos, flores, queijos, salames e doces foram pontuados por causa de suas qualidades e singularidades. Enquanto que as outras exposições e barracas de variedade agradaram pela diversidade de produtos ofertados.

Alguns turistas apontaram a comunidade são-roquense, a cidade e o clima familiar do evento como pontos altos, pois eles acharam os moradores locais simpáticos, educados, organizados e gentis, ao mesmo tempo em que a cidade se mostrou acolhedora e organizada e o evento tranquilo e sossegado, ideal para um passeio com a família.

Quadro 10 – Síntese dos pontos fracos do evento apontados pelos turistas

Pontos fracos da Expo São Roque 2013	Citações
Alto custo	21
Falta de inovação	9
Pouca variedade de atrações	8
Falta de produtos típicos	7
Má organização	5
Baixa qualidade de produtos vinícolas	4
Comércio popular	3
Pouca flor	2
Praça de alimentação	2
Cachoeira poluída	1
Pouca variedade de produtos	1
Pouco público	1
Qualidade do evento	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os pontos baixos, o mais citado foi o alto custo da entrada e dos produtos no interior do recinto, inclusive os produtos apresentados como tradicionais – que os turistas acharam que seriam mais baratos -, como a alcachofra e o vinho. A falta de inovação entre as edições fez alguns visitantes alegarem que “é tudo sempre igual” e a pouca variedade de atrações fez alguns turistas se entediarem. As grandes filas na praça de alimentação e nos banheiros, somado a outros aspectos pontuados como má organização também desagradaram, assim como a baixa qualidade dos produtos e do evento em geral.

A falta de produtos típicos foi o ponto baixo do evento para aqueles que esperavam encontrar mais elementos que remetessem a cultura local, inclusive a quantidade de flores desanimou aqueles que buscavam as flores como na época da Expofloral. As barracas de variedades foram apontadas como comércio popular e descritas como “uma verdadeira 25 de março”, alguns visitantes acharam que os produtos comercializados por essas barracas não condiziam com a proposta do evento.

Percebe-se que muitos aspectos positivos foram apresentados como negativos por outros sujeitos, por exemplo, enquanto alguns acharam muito proveitoso a oferta de variedades como malhas, bijuterias e etc., outros acharam que esse comércio fugia a

proposta do evento, ou então, enquanto para alguns a programação estava variada, para outros estava tediosa. Dessa forma, acredita-se que esses aspectos devam ser considerados, mas deve-se ter a ciência de que é impossível agradar a todos.

Ao desmembrar esses pontos altos e baixos pelas faixas etárias percebe-se que, entre os pontos altos, a estrutura, organização e atendimento foram mais citados pelos turistas menores de 20 anos e pelos de 41 a 50 anos. Aqueles que tinham de 31 a 40 anos foram os que mais elegeram “tudo” como ponto alto. Todas as demais faixas etárias citaram majoritariamente os *shows* e atrações como destaques da Expo São Roque 2013.

Tabela 18 – Síntese dos pontos altos, apontados pelos turistas, de acordo com as faixas etárias
(continua)

Pontos Altos	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Shows e atrações artísticas	5	16	55	18	22	11	10	137
Estrutura, organização e atendimento	6	3	67	21	11	6	5	119
Tudo	0	7	71	11	8	10	8	115
Produtos vinícolas	3	13	51	12	11	9	7	106
Alcachofra	3	11	43	10	8	3	7	85
Degustação	0	6	14	6	9	7	2	44
Alimentos e bebidas	0	9	17	6	5	2	4	43
Personagens	5	9	14	7	2	1	1	39
Artesanato	1	9	8	6	8	1	3	36
Trilha e cachoeira	2	8	3	7	6	5	4	35
Clima familiar	1	2	16	6	5	1	2	33
Flores	0	2	10	1	2	8	7	30
Paisagismo	1	2	3	2	4	3	3	18
Exposição	1	6	1	1	3	3	0	15
Réplica do Cine São José	1	1	8	0	3	0	0	13
Fazendinha	2	0	4	1	1	2	1	11
Comunidade Local	1	0	5	2	1	1	1	11
Tema	1	2	2	1	1	1	0	8
Cidade de São Roque	0	0	3	1	1	2	0	7
Queijos e salames	0	2	2	1	1	0	0	6

Tabela 18 – Síntese dos pontos altos, apontados pelos turistas, de acordo com as faixas etárias
(conclusão)

Pontos Altos	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Contato com a natureza	2	2	1	1	0	0	0	6
Barracas de variedades	1	1	3	0	0	0	0	5
Compras	0	0	1	0	1	0	2	4
Decoração	0	0	2	1	0	0	1	4
Doces	0	0	0	0	0	0	1	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os demais pontos altos, “tudo” não foi apontado por nenhum visitante menor de 20 anos, assim como os alimentos e bebidas. As atividades relacionadas ao tema foram menos citadas entre os maiores de 61 anos. Entre os turistas de 41 a 50 anos, nenhum deles achou a réplica do Cine São José um dos pontos altos do evento e, entre os acima de 51 anos, nenhum pontuou o contato com a natureza.

A vantagem de conhecer a cidade de São Roque, as barracas de variedades e as compras só foram destaque para aqueles maiores de 31 anos, enquanto que os doces só se destacaram para os maiores de 71 anos.

Tabela 19 – Síntese dos pontos baixos, apontados pelos turistas, de acordo com as faixas etárias

Pontos Baixos	Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	De 61 a 70 anos	Mais de 71 anos	Total de citações
Alto custo	0	4	6	1	5	2	3	21
Falta de inovação	0	0	4	1	2	0	2	9
Pouca variedade de shows	0	0	5	0	1	0	2	8
Falta de produtos típicos	0	0	1	2	4	0	0	7
Má organização	0	0	3	1	1	0	0	5
Baixa qualidade de produtos vinícolas	0	1	1	2	0	0	0	4
Comércio popular	0	0	1	1	1	0	0	3
Pouca flor	0	0	1	0	1	0	0	2
Praça de alimentação	0	0	2	0	0	0	0	2
Cachoeira poluída	0	0	0	0	1	0	0	1
Pouca variedade de produtos	0	0	0	0	1	0	0	1
Pouco público	0	0	0	0	1	0	0	1
Qualidade do evento	0	0	0	0	1	0	0	1

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os pontos baixos, o alto custo foi citado mais vezes pelos turistas de 21 a 40 anos e os acima dos 51 anos. Aqueles que tinham entre 41 a 50 anos citaram mais vezes a falta de produtos típicos e os menores de 20 anos não pontuaram qualquer ponto baixo na Expo São Roque 2013.

As críticas ao comércio popular e à pouca quantidade de flores só foi comentada pelos turistas de 31 a 60 anos, assim como a estrutura e o atendimento da praça de alimentações só incomodou aqueles entre 31 a 40 anos.

Nota-se que os turistas de 51 a 60 foram os que mais elegeram os pontos baixos do evento, inclusive a poluição da cachoeira, a pouca variedade de produtos, o baixo público e a qualidade do evento só foram citados por eles.

Após os turistas terem pontuado os pontos altos e baixos do evento, duvidou-se sobre o atendimento de suas expectativas. Sobre isso, 90% disseram que tiveram suas expectativas atendidas, 7% não e para 3% elas foram parcialmente atendidas.

Gráfico 27 – Atendimento das expectativas dos turistas referentes à Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

O motivo apresentado por aqueles que tiveram suas expectativas atendidas (326) foi, principalmente, que o evento as superou, pois apresentou-se melhor do que eles esperavam. Entre os que não tiveram as expectativas atendidas (25), o principal motivo apresentado foi que as edições anteriores estavam melhores e que faltou inovação na Expo São Roque 2013. Os turistas que tiveram suas expectativas parcialmente atendidas (12) disseram que o evento estava bom, porém eles esperavam um público maior.

Dentre os turistas que tiveram suas expectativas atendidas, 6% pretendiam voltar ao evento ainda na edição de 2013, principalmente nos dias de *shows* que os agradassem, e 94% não voltariam mais na referida edição, pois moravam longe, não notaram inovações ou por causa das filas. Porém 95% desses turistas pretendiam retornar nas próximas edições do evento¹⁴⁰, pois todos os anos retornam e isso se tornou um hábito, enquanto isso 3% não voltariam, principalmente, porque moram longe e 2% ainda estavam em dúvida.

Por outro lado, entre os turistas que não tiveram suas expectativas atendidas, 100% não voltariam em 2013, assim como 100% dos que tiveram as expectativas parcialmente atendidas.

Tabela 20 – Relação do atendimento às expectativas com a pretensão de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (turistas)

Expectativas	Citações	Com pretensão de retorno à Expo São Roque 2013	Sem pretensão de retorno à Expo São Roque 2013	Com pretensão de visita às próximas edições	Sem pretensão de visita às próximas edições	Talvez volte nas próximas edições
Atendidas	326	21	305	307	11	8
Não atendidas	25	0	25	1	19	5
Parcialmente atendidas	12	0	12	7	3	2

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Independente do atendimento às expectativas, 94% dos turistas pesquisados na Expo São Roque 2013 não pretendiam voltar nesta edição, principalmente por morarem longe, enquanto isso 6% queriam voltar ainda em 2013, porque gostaram do evento e ainda queriam ver alguns *shows* e alimentar-se em alguns restaurantes.

¹⁴⁰ Esses turistas também disseram que recomendariam o evento aos amigos e familiares e que pretendiam trazê-los nas próximas edições.

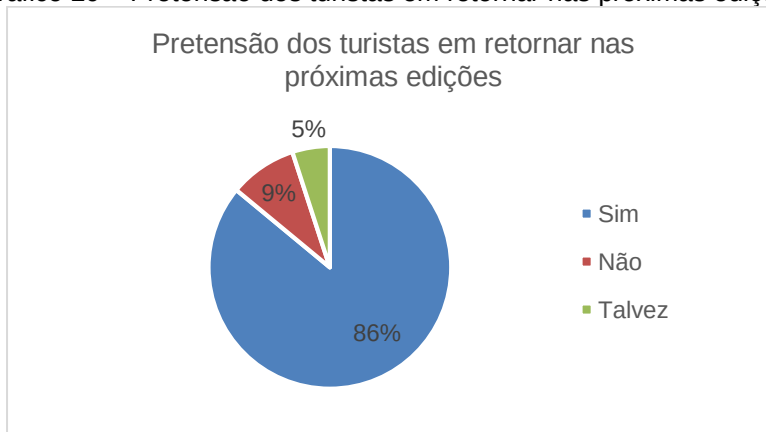
Gráfico 28 – Pretensão dos turistas em retornar à Expo São Roque 2013.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

No que diz respeito às próximas edições, 86% do público turístico pesquisado pretende retornar ao evento em outros anos, pois gostam da Expo, já estão habituados a frequentá-la todos os anos ou porque querem ver o que as próximas edições apresentarão de novidade. Outros 9% não pretendem retornar nas próximas edições porque não ficaram satisfeitos com o que viram em 2013 e porque moram longe. Os outros 5%, que ficaram em dúvida sobre o retorno nas próximas edições, disseram que eles dependem, principalmente, de outras excursões.

Gráfico 29 – Pretensão dos turistas em retornar nas próximas edições.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Por se tratar de turistas - muitos deles excursionistas -, mesmo aqueles que gostaram do evento, não voltariam na 21ª edição, principalmente pela distância. Mas indicaram pretensão de retorno nos próximos anos, pois haveria novidades no evento e

tempo para o planejamento de uma nova viagem. Curiosamente, entre os turistas que não pretendem voltar nas próximas edições do evento, 3% voltaria na 21ª edição.

Tabela 21 – Relação entre as pretensões de retorno à Expo São Roque 2013 e às próximas edições (turistas).

Pretensão de retorno às próximas edições		Pretendiam retornar à Expo São Roque 2013	Não retornar à Expo São Roque 2013
Sim	314	20	294
Não	32	1	31
Talvez	17	0	17

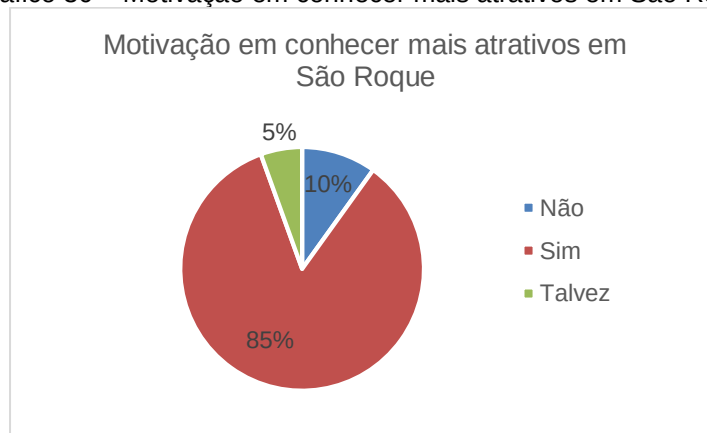
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Independente do retorno às edições da Expo São Roque, quando questionados sobre a existência de motivação em conhecer a cidade de São Roque, 85% diziam que sim e os motivos apresentados para isso foram: (1) porque a Expo São Roque transpareceu que a cidade é tranquila; (2) porque já conheceram um pouco e querem retornar para conhecer outros pontos; (3) porque pretendem descobrir o que há de turístico no município, além da Expo; e (4) porque sempre frequentam São Roque em períodos que não ocorre o evento.

Os 10% dos turistas que disseram que não se sentem motivados em conhecer a cidade é porque, segundo os próprios, não sabem o que São Roque tem a oferecer a eles, por isso, apesar da negativa, disseram que se lhes fosse apresentado os pontos e atrativos turísticos do município, pode ser que eles mudassem de ideia.

Outros turistas disseram que a vontade em retornar à São Roque depende de fatores como a existência de grupos de excursão e o conhecimento do que há na cidade. Eles alegaram que, baseando-se na Expo São Roque 2013, não foram motivados, mas que se tomassem conhecimento sobre a variedade do produto turístico são-roquense, poderiam vir a motivar-se.

Gráfico 30 – Motivação em conhecer mais atrativos em São Roque



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Essa pesquisa também questionou os turistas sobre o que os surpreendeu no evento, estes itens podiam ser questões estruturais, da programação ou percepções pessoais. Diante disso, 6% não se surpreenderam com nada e 94% encontraram algo que não esperavam. Estes – que se surpreenderam - foram consolidados no quadro 11:

Quadro 11 – Relação dos aspectos que surpreenderam os turistas na Expo São Roque 2013
(continua)

Surpresas Positivas (81%)		Surpresas Negativas (19%)	
Motivo	Citações	Motivo	Citações
Personagens	148	Alto custo	48
Alcachofra	110	Fazendinha	30
Shows e atrações artísticas	88	Falta de inovação	17
Variedade de produtos	66	Baixo público	14
Réplica do Cine São José	62	Desorganização	13
Artesanato	53	Ausência de atrativos específicos	10
Tema	40	Alcachofra	9
Tamanho do Recanto da Cascata	36	Vinho	9
Tudo	34	Ausência de produtos típicos	8
Fazendinha	34	Bagunça	8
Trilha e cachoeira	28	Cachoeira poluída	7
Paisagismo e jardinagem	26	Falta de manutenção	6
Flores	21	Pouca variedade	6
Organização	18	Lojas de variedade	4
Tamanho da Festa	18	Poucas opções gastronômicas	3
Limpeza	13	Artesanato	2

Quadro 11 – Relação dos aspectos que surpreenderam os turistas na Expo São Roque 2013
(conclusão)

Surpresas Positivas (81%)		Surpresas Negativas (19%)	
Motivo	Citações	Motivo	Citações
Formato tradicional	12	Qualidade da Festa	2
Tranquilidade	7	Limpeza	2
Exposição de vinhos	7	Paisagismo	1
Contato com a natureza	7	Pisa da uva	1
Ambiente familiar	7	Tema disperso	1
Decoração	4		
Doces	4		
Festa não comercial	3		
Disposição do espaço	2		
Parque para as crianças	1		

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre as surpresas positivas, os personagens e as intervenções com o público foram os mais citados. O tema e a Réplica do Cine São José também foram pontuados, mas destaca-se que entre os turistas que se surpreenderam com a réplica, nenhum deles soube citar o nome do cinema são-roquense.

Aqueles que se surpreenderam com a alcachofra disseram que não a conheciam, nunca tinham provado, desconheciam a variedade de pratos à base da flor, ou não sabiam que São Roque também era produtor, conheciam apenas as alcachofras de Piedade.

A variedade de produtos expostos impressionou aqueles que achavam que a Expo São Roque só expunha alcachofras e vinho. Muitos deles citaram o pastel de alcachofra, os queijos, salames, doces e barracas de variedades como boas surpresas.

A qualidade e variedade dos *shows* e apresentações artísticas, também foram pontuados por aqueles que, principalmente, não esperavam a apresentação da pisa da uva ou desconheciam este modo de fabricação vinícola.

A exposição de artesanatos, a qualidade deles e do salão das artes surpreenderam muitos visitantes, assim como o espaço dedicado aos animais e o parque para as crianças. As flores, surpreenderam pela beleza, qualidade e por serem comercializada, uma vez que alguns turistas não sabiam de sua oferta.

Questões ligadas à infraestrutura – organização, tamanho do recinto e da festa, decoração e disposição do espaço - surpreenderam os visitantes que achavam que o evento seria tumultuado, poluído pelo número de barracas, cheio de pessoas alcoolizadas ou que seria uma pequena exposição de vinhos. Acredita-se que algumas dessas imagens possam ter sido introduzidas no imaginário dos visitantes pelas proporções da Festas do Vinho, então eles foram a Expo São Roque 2013 imaginando que encontrariam aquele cenário, mas se surpreenderam com os resultados do novo formato.

Aspectos referentes aos recursos naturais do recinto, ao ambiente tranquilo e familiar proporcionado no evento, foram uma grata surpresa àqueles que também imaginaram que o evento seria tumultuado, barulhento e muito cheio de visitantes.

Dentre todos os itens listados como surpresas positivas, os dois fatores mais curiosos foram (1) os visitantes que imaginaram que a festa não apresentaria produtos típicos e, por isso, se surpreenderam pela Expo não se configurar como um evento meramente comercial, e (2) aqueles que consideraram esse formato tradicional, pois, para eles, a exposição de produtos locais remete às origens do povo são-roquense.

Entre as surpresas negativas, o alto custo da entrada, do estacionamento, dos produtos e dos serviços dentro do recinto foram os mais citados. Em segundo lugar foi a fazendinha, pois para alguns visitantes os animais estavam abandonados e aquele espaço não era condizente com a proposta do evento.

Alguns turistas se surpreenderam com o baixo público e diferentemente daqueles que acham isso positivo, pois proporciona tranquilidade, eles acharam que isso significava a decadência da qualidade do evento. Associado à isso, pontuaram a falta de inovação e a pouca variedade de produtos. A falta de inovação foi descrita como a manutenção do mesmo formato de evento por muito anos, a repetição de atrações e *shows* e a falta de novidades em geral.

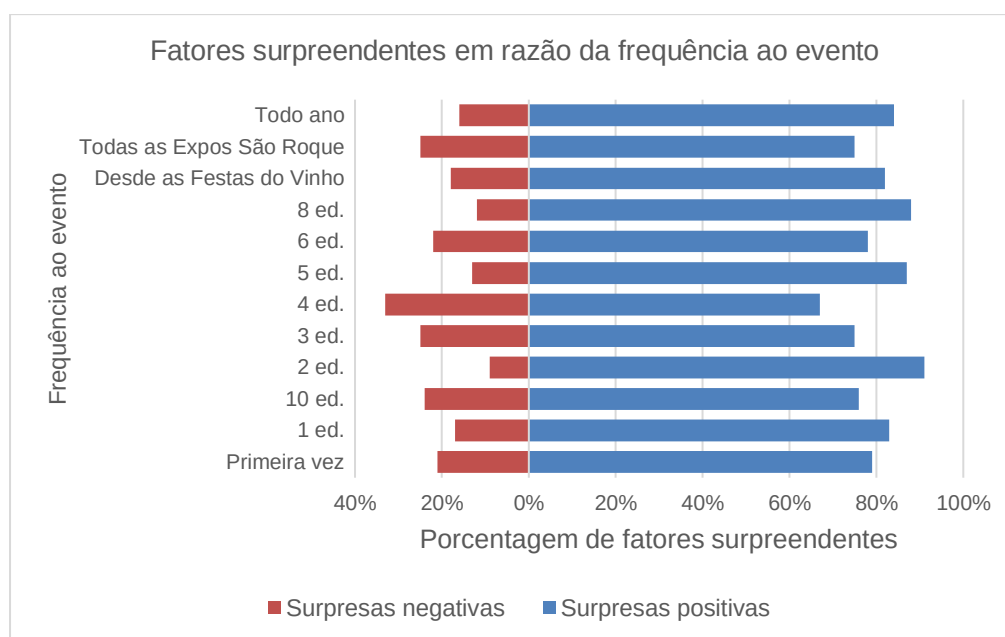
As filas, a demora no atendimento e o reduzido espaço da praça de alimentação surpreendeu aqueles visitantes que achavam que evento seria mais organizado. A falta de manutenção do recinto, o barulho, a poluição da cachoeira e a limpeza também foram inclusos nessa categoria.

A apresentação da pisa da uva decepcionou alguns turistas, assim como a quantidade de empreendimentos gastronômicos que, segundo o público pesquisado, era muito limitado.

O vinho, a alcachofra e o artesanato foram surpresas negativas para aqueles turistas que esperavam maior qualidade, variedade e preço menor dos produtos.

Supunha-se que quanto mais vezes o turista fosse ao evento, menor seria o número de situações que o surpreenderia. Parte dessa afirmação se confirmou, pois notou-se que os turistas que mais se surpreenderam foram os que estavam no evento pela primeira vez. Porém, aqueles mais frequentes, como os que vão todos os anos, desde a Festa do Vinho ou em todas as Expos, não foram os que menos se surpreenderam.

Gráfico 31 – Fatores surpreendentes em razão da frequência ao evento (turistas)



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

A partir dos depoimentos dos turistas pesquisados construiu-se o quadro a seguir que sintetiza as opiniões, dividindo-as em imagens positivas e negativas.

Quadro 12 – Resumo das imagens positivas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013

Imagens positivas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013.
São Roque é uma cidade turística
São Roque é uma cidade organizada, limpa e planejada.
São Roque é a Terra do Vinho
Cidade maravilhosa, agradável, bonita, preservada, acolhedora e alegre.
A Expo São Roque é um importante meio de divulgação dos atrativos turístico da cidade
Cidade tranquila
Só imagens positivas
Cidade da alcachofra
Turismo baseado no vinho
Lugar bem família
Turismo baseado na alcachofra
São Roque é uma cidade que preserva suas tradições
Cidade que investe no desenvolvimento do turismo
São Roque é uma grande produtora e fornecedora de vinhos e uvas
A Expo São Roque desperta a vontade de retorno à cidade
Turismo é o carro chefe da economia local
Os são-roquenses são acolhedores, educados e hospitaleiros
A Expo São Roque desperta no turista a vontade de morar em São Roque
São Roque é uma grande produtora e fornecedora de alcachofras
O turismo muitos empregos e rendas no município
São Roque é uma típica cidade de interior
São Roque possui um produto turístico diversificado
A cidade de São Roque possui estrutura para o turismo
O produto turístico são-roquense se opõe à realidade urbana do turista
O artesanato é uma potencialidade do município
Os artesãos e expositores são unidos
Cidade cheia de natureza, paisagem linda, ar fresco e clima bom
São Roque é uma cidade desenvolvida
O público alvo do turismo em São Roque é a terceira idade
A cidade cresceu e melhorou muito desde a Festa do Vinho
A população é unida e valorizada
Cidade que valoriza a descendência italiana e portuguesa
São Roque possui forte apelo gastronômico
Cidade boa para passear
São Roque é uma cidade agrícola
Cidade cheia de opções culturais

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Quadro 13 – Resumo das imagens negativas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013

Imagens negativas que os turistas constroem sobre a cidade e sobre os são-roquenses, baseando-se na visita à Expo São Roque 2013.
A Expo São Roque não divulga a cidade enquanto destino turístico
São Roque apresenta alto custo de vida
Eventos com preços muito altos
O produto turístico são-roquense é muito limitado e com pouca variedade
A divulgação do produto turístico são-roquense se concentra no Roteiro do Vinho, Ski e Expo São Roque
Baseando-se na Expo São Roque, parece que outros atrativos também não possuem estrutura para bem receber o visitante
A cidade não está preparada para receber o turista
A cidade não se renova
A Expo São Roque se parece muito com a Expoflora de Holambra
O são-roquense não frequenta a Expo São Roque
A cidade tem seus patrimônios mal conservados
São Roque não tem indústrias

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os apontamentos positivos, 188 turistas construíram a imagem de que São Roque é uma cidade turística, com variedade de atrações, com muitos eventos como a Expo e com vocação para o turismo.

A cidade foi considerada desenvolvida, organizada, limpa e planejada por 195 turistas, outros 178 a caracterizaram com adjetivos como agradável, bonita, alegre, preservada e acolhedora, além de 59 que a consideraram um ambiente tranquilo, 48 um lugar familiar e 19 a descreveram como uma típica cidade do interior. Ademais, outros 6 turistas ressaltaram que o município melhorou muito desde as Festas do Vinho.

A imagem da cidade foi relacionada ao epíteto de Terra do Vinho por 184 turistas pesquisados, possivelmente em virtude da fama construída desde o início do século XIX e da publicidade das Festas do Vinho. Com relação a isso, mais 48 citações se referiam ao turismo local ser baseado nos produtos vinícolas.

Assim como houve a ligação do nome de São Roque ao vinho, aconteceu também a referência à alcachofra: 46 turistas disseram que o turismo da cidade parecer

ser baseado na referida flor e outros 58 a chamaram de Cidade da Alcachofra, pois acreditam que a cidade possua fortes tradições vinculadas a este cultivo.

Os dois produtos mais explorados pela Expo São Roque, ajudaram a construir a imagem, para 47 turistas, de que a cidade é uma forte produtora e fornecedora de vinhos e uvas, somando-se aos 22 que acreditam que a maior produção seja de alcachofras. Por isso, o município foi também apontado como agrícola.

Ao mesmo tempo, 34 visitantes acreditam que o turismo seja a principal atividade econômica do município e, em decorrência, gera muitos empregos e rendas. Ciente disso, o poder público investe e planeja a atividade, segundo a opinião de 45 turistas pesquisados.

Entre os depoimentos colhidos, 136 diziam que a Expo São Roque transmite a ideia de que a cidade é tão estruturada para receber o turista quanto o evento e por isso, segundo 116 turistas, ele é um importante meio de divulgação dos atrativos turísticos da cidade. Por esse motivo, 92 visitantes diziam que a festa desperta a vontade do turista retornar e, outros 26 afirmam que os estimula a morar em São Roque.

As imagens construídas acerca do produto turístico são-roquense diziam ele é diversificado (45) e que a cidade possui estrutura para receber o visitante (35). Um grupo composto por 17 turistas pesquisados disse que a realidade do turismo em São Roque se opõe ao de sua cidade, pois na Expo perceberam pessoas educadas, higiênicas e muito distintas dos turistas que estão acostumados a receber. Outros 6 depoimentos disseram que o turismo em São Roque possui a terceira idade como público alvo e que possui forte apelo gastronômico, além de ser cheia de opções culturais.

São Roque foi considerada, por 92 turistas, uma cidade que preserva suas tradições, parte disso se deve a valorização da descendência italiana e portuguesa, demonstrada pelas referências através das massas e vinhos, e a união dos artesãos e expositores que tornam o artesanato uma das potencialidades locais.

Para 33 visitantes, de acordo com o que viram no evento, a cidade é cheia de natureza, paisagens bonitas e bom clima. Por sua vez, os são-roquenses foram descritos por 82 turistas como acolhedores, educados e hospitaleiros, além de unidos e valorizados pela exposição turística que sua cultura recebe (6).

Entre as imagens negativas construídas pelos turistas através da visitação a Expo São Roque 2013, estava a impressão de que a cidade não possui estrutura para o turismo, visto que o evento apresentou muitas filas, falta de bancos, sombras e demora no atendimento (4), e por isso, 18 turistas disseram que a cidade estava despreparada para a atividade.

Devido aos altos custos na Expo, 45 turistas acharam que todos os outros eventos do município seguiam o mesmo padrão, assim como, outros 47, acharam que a cidade apresenta alto custo de vida.

Segundo 145 turistas pesquisados, a Expo São Roque não divulga a cidade enquanto destino turístico e o pouco que se sabe sobre a cidade limita-se ao Roteiro do Vinho, *Ski* e a própria Expo. Por isso, 27 visitantes acham que o turismo na cidade é muito limitado e com pouca variedade.

As semelhanças entre a Expo São Roque e a Expoflora incomodou 4 turistas pesquisados que acharam o evento uma cópia do que acontece em Holambra (SP).

Outros 11 turistas, baseando-se na Expo São Roque 2013, acreditam que a cidade não se renova, uma vez que apresenta o evento da mesma forma há vários anos e a cada edição o número de visitantes parece menor.

Outras imagens negativas criadas pelos turistas pesquisados referiam-se a não frequência do morador local ao evento (2), aos patrimônios mal conservados e ao artesanato apontado como “fake” (5) e à impressão de que a cidade não possui indústrias e isso compromete o desenvolvimento local.

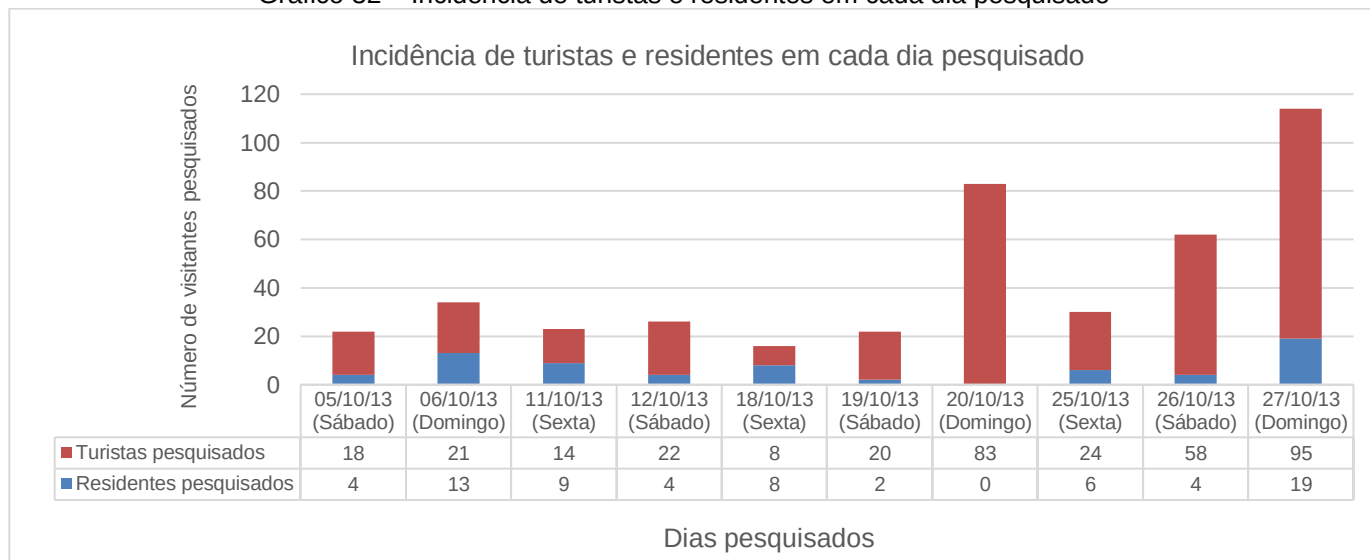
Percebe-se que muitas imagens construídas pelos turistas através da visitação à Expo São Roque 2013 condizem com a realidade local, entretanto outras são completamente destoantes do que acontece com a cidade. Por isso, um confronto entre os perfis e opiniões dos moradores locais e dos turistas, permite uma análise holística dessa edição e do atual formato.

4.3 COMPARAÇÕES ENTRE AS PERCEPÇÕES DOS RESIDENTES E DOS TURISTAS NA EXPO SÃO ROQUE 2013

Os dois itens anteriores permitiram entender as características e opiniões de turistas e residentes na Expo São Roque 2013. Agora, esses dados serão confrontados para que se sejam percebidas as diferenças e semelhanças entre os dois tipos de público.

O gráfico 32 confirma o já dito nas análises independentes: os turistas foram maioria, representando 84% do público da Expo São Roque 2013. Eles foram mais presentes aos finais de semana, principalmente os dois últimos, enquanto que os residentes estiveram mais presentes às sextas-feiras.

Gráfico 32 – Incidência de turistas e residentes em cada dia pesquisado

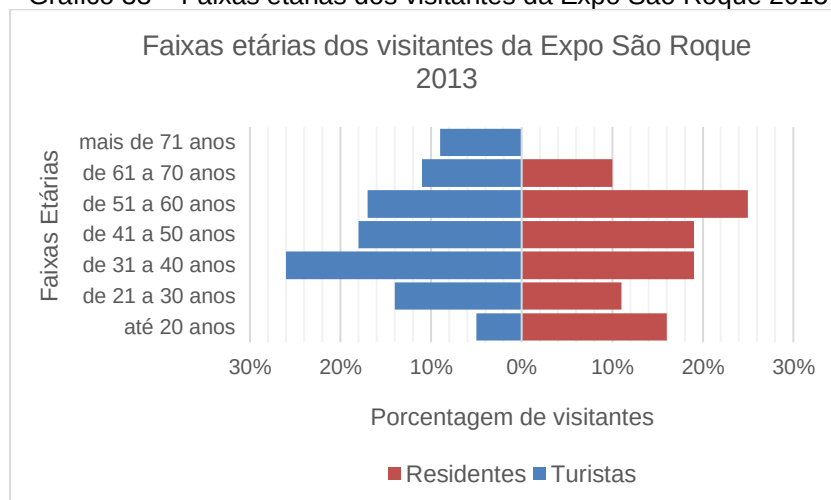


Fonte: Elaborado pela autora (2015)

A gratuidade dos ingressos para os residentes, válidos para o primeiro final de semana, pode ter contribuído para que o dia 06/10 (domingo) tenha apresentado maior índice de residentes. Entre os turistas, a maior peculiaridade diz respeito a preferência dos grupos de excursão pelos domingos.

No que se refere às faixas etárias, nota-se que entre os residentes, a maior parte do público tinha entre 51 e 60 anos, e o público turístico tinha majoritariamente entre 31 e 40 anos, ou seja, entre os visitantes pesquisados nessa edição do evento, os turistas são mais jovens do que os moradores locais.

Gráfico 33 – Faixas etárias dos visitantes da Expo São Roque 2013



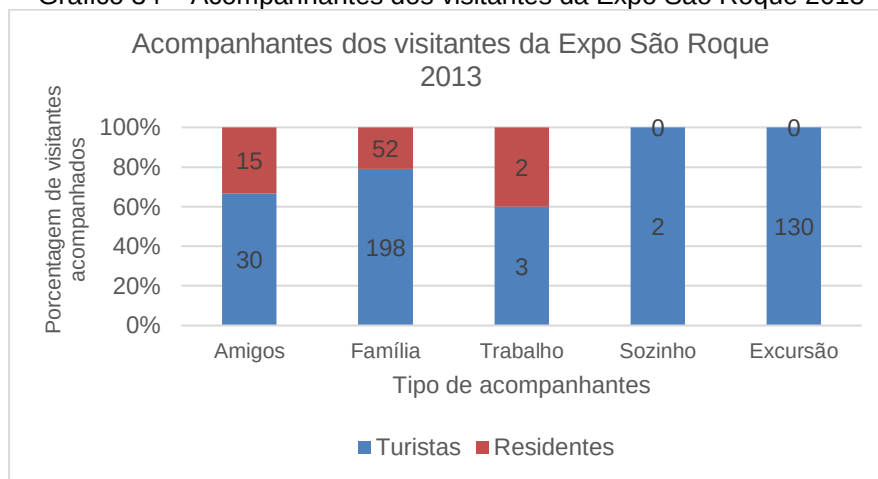
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Por outro lado, entre os turistas, existiram pessoas acima de 71 anos, enquanto que não houve nenhum morador local pesquisado com essa faixa etária. Outra notória diferença é a representatividade dos visitantes até 20 anos, pois entre os turistas eles representaram 5% e entre os residentes, 16%. Pode-se vincular à isso, a pouca opção de lazer para o público jovem em São Roque, por isso eles buscaram a Expo São Roque para esse fim.

Aos domingos, a maior parte dos residentes tinha entre 51 e 60 anos (28%), aos sábados a maioria tinha de 41 a 50 anos (36%) e às sextas eles tinham até 20 anos (30%). Entre os turistas, todos os dias, a maior parte dos visitantes tinha de 31 a 40 anos (sextas: 28%, sábados: 31% e domingos 22%).

A parte dessa pesquisa que identificou as principais companhias dos visitantes da Expo São Roque 2013 concluiu que 10,5% do público pesquisado foi acompanhado de seus amigos, 58% foram acompanhados de seus familiares, outros 30% estavam acompanhados de grupos de excursão. Aqueles que foram sozinhos representaram 0,5% do público pesquisado, assim como os que foram à trabalho representaram 1%.

Gráfico 34 – Acompanhantes dos visitantes da Expo São Roque 2013



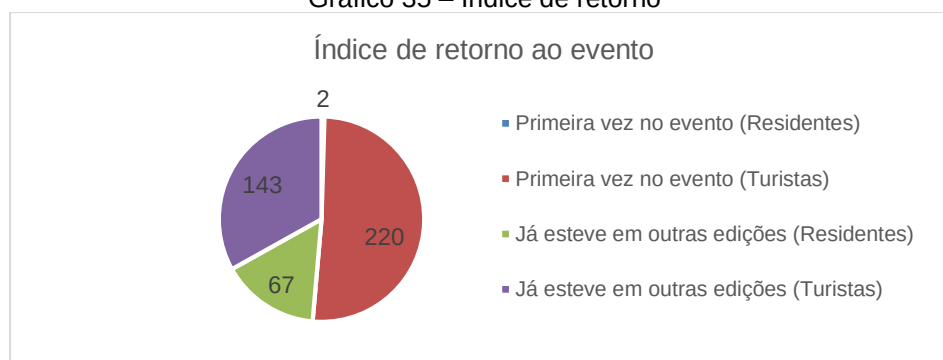
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre o público pesquisado que foi acompanhado de seus amigos, 67% eram turistas e 33% residentes. O grupo acompanhado de seus familiares foi composto por 79% de turistas e 21% de residentes. Entre os que foram a trabalho, 60% eram turistas e 40% residentes. Os que foram ao evento sozinhos ou com grupos de excursão eram 100% turistas.

Aos domingos, a maior parte dos turistas foi acompanhado de grupos de excursão (50%), enquanto os residentes tiveram companhia de seus familiares (84%). Aos sábados e sextas, a maior parte dos residentes (71%; 65%) e dos turistas (63%; 83%) foi ao evento com seus familiares.

Durante a aplicação dos questionários aos 432 visitantes, percebeu-se um alto índice de retorno ao evento, principalmente entre os moradores locais, constatou-se 48,5% dos visitantes pesquisados - 39% dos turistas e 97% dos residentes - já haviam visitado o evento em outros anos.

Gráfico 35 – Índice de retorno

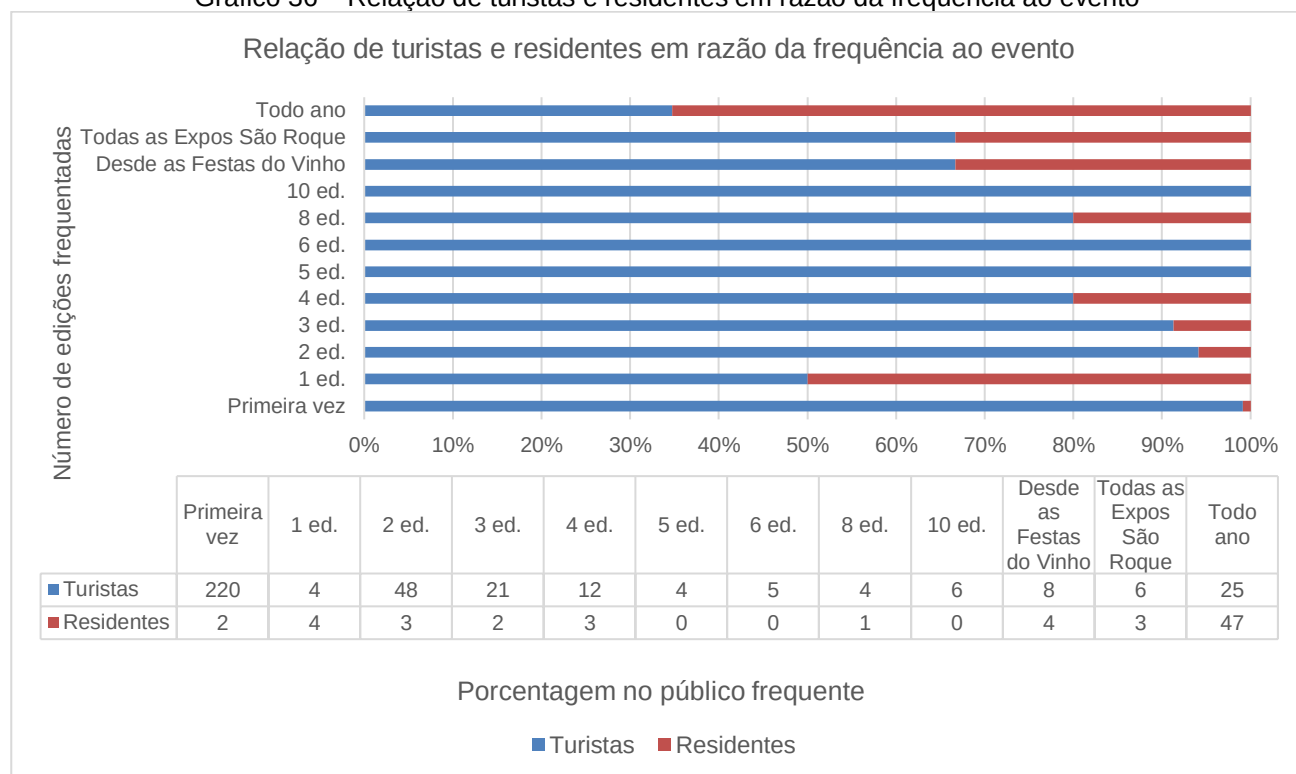


Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre o público que estava na Expo São Roque pela primeira vez 99% eram turistas e apenas 1% eram moradores locais.

Entre os visitantes que estavam retornando ao evento, a maioria (34%) dizia frequentar a Expo todo ano, outros 24% disseram ter visitado 2 edições e 11% disse que esteve em 3 edições. Alguns visitantes (6%) disseram frequentar o evento desde as Festas do Vinho e outros (4%) disseram que estiveram em todas as edições da Expo São Roque.

Gráfico 36 – Relação de turistas e residentes em razão da frequência ao evento



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Em meio aos visitantes que alegaram ir ao evento todos os anos, 65% eram residentes e 35% turistas. Acredita-se que seja natural que o hábito de ir ao evento todos os anos seja maior entre os residentes do que entre os turistas. Porém entre os que disseram terem ido a todas as edições da Expo São Roque, 67% eram turistas e 33% residentes, assim como os que frequentam o evento desde a Festa do Vinho. Supunha-se que a frequência desde as Festas do Vinho e o início das Expos também seria maioria entre os residentes, mas os dados da pesquisa mostram o contrário.

Aproveitando-se da questão referente a frequência ao evento, questionou-se sobre as motivações dos visitantes. A motivação “passear” foi a mais citada pelo público pesquisado, sendo a principal entre os turistas e ficando em segundo lugar entre os residentes, que foram mais motivados pela busca por novidades. Aliás a busca por novidades, que foi mencionada por 35% dos residentes, não foi citada pelos turistas, isso porque os moradores locais estão mais habituados a irem ao evento e por isso buscam saber o que há de novo a cada edição.

Os produtos principais do evento também foram motivações recorrentes, as alcachofras motivaram 28% dos turistas e 9% dos residentes a irem ao evento, enquanto que os produtos vinícolas motivaram 33% dos turistas e 7% dos residentes. Acredita-se que esses produtos motivem mais os turistas do que os residentes, pois eles são mais rotineiros aos moradores locais, enquanto que nas cidades de origem dos visitantes eles podem ser menos corriqueiros.

Naturalmente, as motivações dos turistas envolviam aspectos como: conhecer a cidade, conhecer o Roteiro do Vinho, a cultura local, conhecer o evento - por ser famoso e considerado típico -, além dos produtos como a alcachofra, o vinho, os doces e as flores. Enquanto isso, os residentes se motivaram pelas novidades, pelos aspectos relacionados ao tema, como os personagens, e também ao hábito de ir ao evento, percebido pelas motivações: ver se o evento melhorou, por gostar da Expo e por morar perto.

Tabela 22 – Comparação entre as motivações dos turistas e dos residentes

(continua)

Motivações	Residentes (%)	Turistas (%)
Acompanhar familiares e amigos	6%	12%
Alcachofra	9%	28%
Ambiente	0%	8%
Artesanato	1%	0%
Buscar por novidades	35%	0%
Comemorar data especial	0%	1%
Compras	4%	0%
Conhecer a cidade de São Roque	0%	5%
Conhecer a cultura local	0%	0,5%
Conhecer o evento	3%	32%

Tabela 22 – Comparação entre as motivações dos turistas e dos residentes

(conclusão)

Motivações	Residentes (%)	Turistas (%)
Conhecer o Roteiro do Vinho	0%	1%
Conhecer pessoas	0%	1%
Convite grátis	6%	0%
Encontrar amigos	7%	0%
Expositores	0%	4%
Festa famosa e típica	0%	9%
Flores	0%	1%
Gastronomia	23%	20,5%
Gosta da Expo São Roque	3%	0%
Gosta desse tipo de evento	0%	1%
Lazer para as crianças	4%	3%
Morar perto do evento	3%	0%
Parou por acaso	0%	2%
Passear	25%	49%
Porque vem todos os anos	9%	9%
Produtos vinícolas	7%	33%
Shows e apresentações	14%	3%
Tema e personagens	6%	0%
Trabalho	9%	3%
Ver se a Festa melhorou	1%	0%
Viagens de incentivo	0%	0,5%

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Porém, não foram constatadas apenas motivações divergentes, além da alcachofra e dos produtos vinícolas, outras motivações foram citadas tanto por turistas como por residentes, são elas: gastronomia, *shows* e apresentações, acompanhar amigos e familiares, conhecer o evento, lazer para crianças, porque vão todos os anos e trabalho.

Já entre as atividades as semelhanças entre os dois públicos aumentam. Ambos acompanharam seus amigos e familiares, assistiram aos *shows* e atrações artísticas, compraram alcachofra, artesanato, flor e vinho, conheceram a alcachofra, consumiram alimentos e bebidas, degustaram, encontraram amigos, passearam, trabalharam, viram

os expositores e etc. Obviamente, atividade “Conhecer São Roque” foi praticada apenas por turistas.

A atividade mais praticada pelo público foi o consumo de alimentos e bebidas, essa categoria envolvia o consumo nos restaurantes, lanchonetes e barracas alimentícias, porém excluía-se a degustação dos vinhos, pois essa atividade foi computada separadamente.

Entre os residentes, depois do consumo de A&B, estava a atividade passear, seguida da compra do vinho e da degustação. Já entre os turistas, a segunda atividade mais praticada foi a compra de vinho, seguida da degustação e da compra de alcaçofras e artesanatos.

Apesar das atividades terem sido as mesmas, a quantidade de quem as praticou variou de acordo com os interesses do público residente e turístico. Nota-se isso, principalmente na compra de artesanatos que foi praticada por 22% dos turistas e apenas 6% dos residentes, enquanto que o encontro com os amigos foi realizado por 19% dos residentes e apenas 4% dos turistas. Esse cenário pode ser explicado pela facilidade dos residentes em encontrar seus amigos no evento e na familiaridade que possuem com os artesanatos – que são ofertados em outras feiras e exposições pela cidade -, enquanto que os turistas, além de, geralmente, terem seus amigos mais distantes, tem a tendência de comprar artesanatos como *souvenirs*¹⁴¹.

Tabela 23 – Comparação entre as atividades desenvolvidas por turistas e residentes na Expo São Roque 2013

(continua)

Atividades	Turistas (%)	Residentes (%)
Acompanhar familiares e amigos	0,5%	1%
Assistir shows e atrações artísticas	7%	1%
Comprar alcaçofra	36%	12%
Comprar artesanato	22%	6%
Comprar flor	11%	12%
Comprar vinho	66%	23%
Conhecer a alcaçofra	2%	1%
Conhecer São Roque	20%	0%

¹⁴¹ São Roque não possui um *souvenirs* considerado típico, por isso é comum que os turistas comprem os artesanatos locais para este fim.

Tabela 23 – Comparação entre as atividades desenvolvidas por turistas e residentes na Expo São Roque 2013

(conclusão)

Atividades	Turistas (%)	Residentes (%)
Consumir A&B	83%	78%
Degustar	40%	20%
Encontrar amigos	4%	19%
Passear	14%	30%
Trabalhar	0,5%	3%
Ver os expositores	0,5%	3%
Outros	7%	6%

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Aproveitando para relacionar as atividades com os dias de visita  o, constatou-se que independente do dia, as atividades praticadas mantiveram-se proporcionalmente. O que os turistas mais fizeram foi consumir alimentos e bebidas e em segundo lugar a compra de vinho, esse cenário se manteve de sexta a domingo. Entre os residentes as atividades mais praticadas foram o consumo de alimentos e bebidas e passear, essa configura  o se manteve às sextas e aos domingos, pois aos sábados, os residentes degustaram mais do que passearam.

Baseando-se nas atividades desenvolvidas e nas experiências vivenciadas no evento, os visitantes responderam    uma questão sobre quais os pontos altos e baixos do evento. Em meio aos pontos positivos citados, os *shows* e as apresenta  es artísticas foram os preferidos entre turistas e residentes. Em segundo lugar, para os turistas, estava a estrutura, organiza  o e atendimento e, para os residentes, os alimentos e bebidas.

Além disso, para os turistas, o evento todo, os produtos vinícolas, a alcachofra e a degusta  o também foram pontos altos. Entre os residentes, outros aspectos positivos foram: os personagens, a estrutura, organiza  o e atendimento, o paisagismo e os produtos vinícolas.

Nota-se que os turistas valorizaram mais as questões estruturais e os produtos principais do evento, enquanto que os residentes valorizaram as opções gastron  micas e de entretenimento. Supõe-se que essa distin  o de deu, principalmente, porque os moradores locais fazem uso da Expo São Roque como espaço de lazer e opção

gastronômica, ao passo que os turistas repararam nos produtos que os atraíram e na estrutura que os acolheu.

Tabela 24 – Comparação entre os pontos altos apontados pelos turistas e pelos residentes durante a Expo São Roque 2013.

Ponto Alto	Turistas (%)	Residentes (%)
Alcachofra	23%	6%
Alimentos e Bebidas	12%	28%
Artesanato	10%	12%
Barracas de variedades	1%	6%
Brinquedos	0%	6%
Cidade de São Roque	2%	0%
Clima Familiar	9%	4%
Compras	1%	0%
Comunidade local	3%	0%
Contato com a natureza	2%	0%
Decoração	1%	6%
Degustação	12%	0%
Doces	0,5%	4%
Estrutura, organização e atendimento	33%	16%
Exposição	4%	0%
Fazendinha	3%	3%
Flores	8%	9%
Paisagismo	5%	14%
Personagens	11%	16%
Produtos vinícolas	29%	13%
Queijos e salames	2%	0%
Réplica do Cine São José	4%	7%
Segurança	0%	7%
Shows e atrações artísticas	38%	43%
Tema	2%	10%
Trilha e cachoeira	10%	0%
Tudo	32%	9%

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Ainda na análise sobre os pontos altos, nota-se que: (1) os brinquedos não foram mencionados pelos turistas, possivelmente porque eles se concentraram em outros atrativos, enquanto que os residentes, que buscavam entretenimento e lazer, o usaram

mais; (2) as barracas de variedades também agradaram mais os residentes do que os turistas; (3) a alcachofra agradou quase 4 vezes mais os turistas do que os residentes; (4) os alimentos e bebidas foram pontuados como pontos altos do evento por 28% dos residentes e apenas 12% dos turistas; (5) como esperado, aspectos como conhecer São Roque e a comunidade local, não foram mencionados por residentes; (6) os pontos: trilha e cachoeira, contato com a natureza, degustação, exposição e queijos e salames, só foram mencionados por turistas; (7) a segurança do evento só foi eleito um ponto alto pelos residentes; (8) a decoração, os doces, o paisagismo e o tema foram mencionados, majoritariamente, pelos residentes; e (9) os turistas consideraram, três vezes mais que os residentes, que o evento como um todo foi destaque.

Entre os pontos baixos da Expo São Roque 2013, as citações predominantes diziam respeito ao alto custo da entrada, do estacionamento e dos produtos e serviços no interior do recinto, seguidos pela falta de inovação, pois segundo 4% dos visitantes, há muita repetição de *shows* e atrações entre as edições, além da semelhança entre os produtos e serviços ofertados a cada ano.

Os turistas pontuaram mais pontos baixos do que os residentes que se incomodaram principalmente com o preço e a falta de inovação, enquanto os turistas se incomodaram com diversos outros itens, consolidados na tabela 25.

Tabela 25 – Comparação entre os pontos baixos apontados pelos turistas e pelos residentes durante a Expo São Roque 2013

Ponto Baixo	Turistas (%)	Residentes (%)
Alto custo	6%	3%
Baixa qualidade de produtos vinícolas	1%	0%
Cachoeira poluída	0,5%	0%
Comércio popular	1%	0%
Falta de inovação	2%	14%
Falta de produtos típicos	2%	0%
Falta de variedade	2%	0%
Má organização	1%	0%
Nenhuma coisa boa	4%	3%
Pouca flor	0,5%	0%
Pouca variedade	0,5%	0%
Pouco público	0,5%	0%
Praça de alimentação	0,5%	0%
Qualidade do evento	0,5%	0%

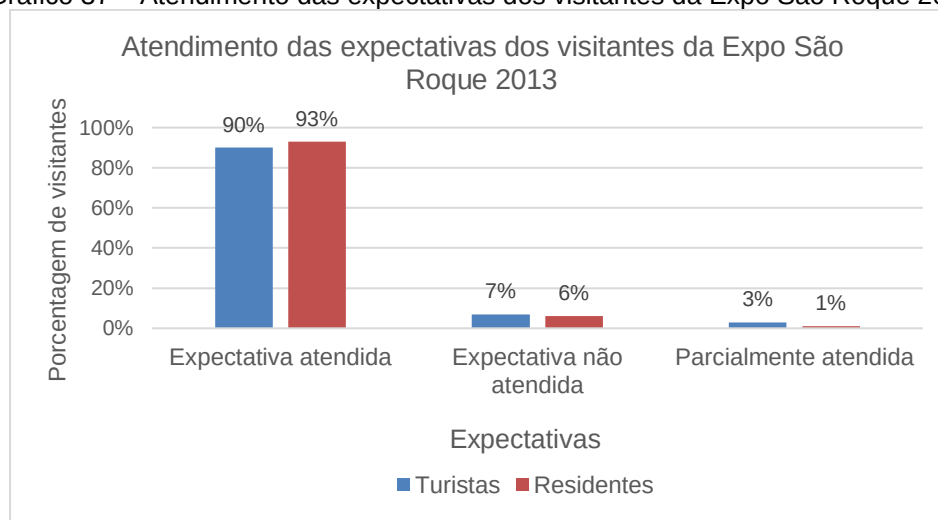
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Diante do apontamento dos pontos baixos, questionou-se os visitantes se suas expectativas para com a Expo São Roque 2013 foram atendidas. Entre os que tiveram suas expectativas atendidas, os residentes foram maioria, pois 93% desse público saiu satisfeito com o que vivenciou, enquanto 90% dos turistas saíram com essa sensação. Ressalta-se que ambos os resultados são excelentes para a organização do evento, afinal conseguir agradar mais de 90% do público é uma conquista para os organizadores.

As taxas de expectativas não atendidas foram de 7% entre os turistas e 6% entre os residentes. Ao mesmo tempo, 3% dos turistas tiveram suas expectativas parcialmente atendidas e 1% dos residentes encontraram-se nessa situação. Dessa forma, pode-se concluir que o evento agradou mais os moradores locais do que os turistas.

O organizador do evento, Antonio Renzo, diz que sua maior preocupação é corresponder às expectativas do público, pois a publicidade do evento estimula que as pessoas deixem suas casas e visitem à Expo São Roque e, para ele, esse deslocamento tem que valer a pena e corresponder com o que as pessoas esperavam, porque caso contrário ele não cumpriu sua missão, uma vez que ele diz: “vem, aqui é legal, aqui tem coisa boa!” (RENZO, 2013).

Gráfico 37 – Atendimento das expectativas dos visitantes da Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Acredita-se que o atendimento das expectativas esteja diretamente relacionado à pretensão de retorno ao evento, pois supõe-se que um visitante não satisfeito, não retornará.

Entretanto, ao relacionar tais dados descobriu-se que os residentes, mesmo com as expectativas não atendidas, pretendiam voltar nas próximas edições, enquanto que apenas 4% dos turistas pretendia agir da mesma forma. Supõe-se que isso se deve as facilidades do residente em retornar ao evento, tais como a proximidade, gratuidade do ingresso e opção de horários.

Entre os residentes que tiveram suas expectativas parcialmente atendidas, todos pretendiam voltar tanto na edição de 2013, como nas próximas. Os turistas que também tiveram suas expectativas parcialmente atendidas, todos eles, não voltariam mais na 21ª edição da Expo, ao mesmo tempo em que 58% pretendia voltar nas próximas, 17% disse que talvez voltasse e 25% não voltariam nem na 2013, nem nas próximas. Percebe-se que os residentes voltariam mesmo sem estarem plenamente satisfeitos, ao passo que os turistas possuem menor índice de pretensão de retorno no ano de 2013, principalmente, porque alegaram morarem longe, por isso planejam voltar nas próximas.

Entre os residentes com expectativas atendidas, 45% pretendia voltar ainda na edição de 2013 e os outros 55%, não. Ao mesmo tempo, 92% deles pretendiam retornar nas próximas edições e 8% não. Entre os turistas, 94% não pretendia voltar na edição de 2013 e apenas 6% tinham essa vontade. No que se refere as próximas edições, 95% dos turistas planejavam voltar, 3% não e 2% talvez retornasse. Então entre os visitantes que alegaram terem suas expectativas atendidas, o índice de retorno ainda na edição de 2013 é maior entre os residentes e, no que se refere as próximas edições, a pretensão de retornar dos turistas é maior do que dos residentes – que foram maioria ao alegar que vão todos os anos.

O fato de não querer voltar no mesmo ano é compreensível, visto que o visitante já conheceu as novidades, os produtos e serviços ofertados ou já realizou as compras, o passeio ou já assistiu ao *show* que queria, entretanto é curiosa a pretensão de não retornar e outros anos, mesmo tendo suas expectativas atendidas, uma vez que nas próximas edições, poderão haver outra programação, estrutura, tema e etc.

Por isso, independente do atendimento às expectativas, questionou-se os visitantes sobre a pretensão de retorno à Expo São Roque 2013. Entre os que pretendiam voltar, os residentes eram maioria, pois os turistas disseram que moravam longe e que era inviável o retorno ainda naquele ano.

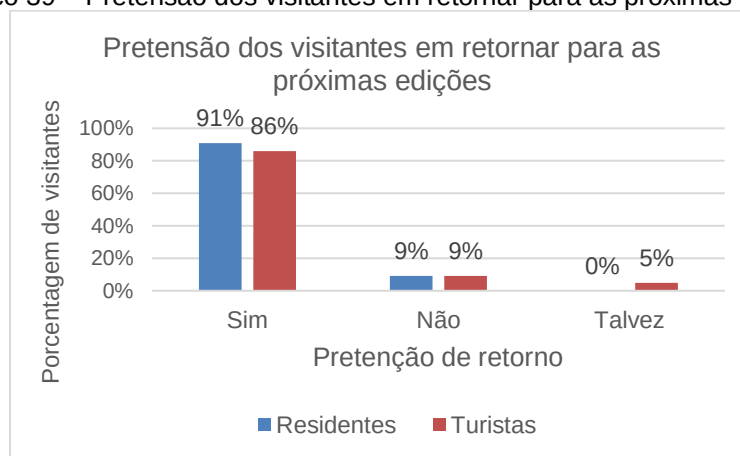
Gráfico 38 – Pretensão dos visitantes em retornar à Expo São Roque 2013



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Quando questionados sobre as próximas edições, os residentes também foram maioria na pretensão de retorno, provavelmente porque têm acesso mais fácil ao evento, ganham ingresso gratuito e estão habituados a frequentarem à Expo. Ao mesmo tempo em que os turistas, dependem de outros fatores e é mais difícil planejar-se com tanta antecedência.

Gráfico 39 – Pretensão dos visitantes em retornar para as próximas edições



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Ao relacionar as pretensões de retorno, descobriu-se que 87% dos visitantes que pretendiam voltar nas próximas edições não voltariam em 2013, portanto apenas 13% retornariam em 2013 e nas próximas.

Entre os que não frequentariam o evento nos próximos anos, 92% também não retornariam em 2013, ou seja, não pretendiam ir à Expo São Roque nunca mais, apesar disso 8% voltariam em 2013. É curioso imaginar o porquê um visitante retornaria em 2013, mas não nas próximas.

Entre aqueles visitantes que talvez frequentassem as próximas edições, 100% não retornaria em 2013. Sobre estes visitantes, destaque-se que muitos dependem de grupos de excursão para retornar.

Outra questão abordada por esta pesquisa dizia respeito a existência de fatores que surpreenderam os visitantes. Entre os residentes, 72% dos fatores que despertaram surpresa foram positivos e, conseqüentemente, 28% foram negativos. Entre os turistas, as surpresas positivas foram responsáveis por 82% dos depoimentos e 18% foram negativas. Isso significa que o morador local se surpreendeu mais negativamente do que os turistas, mesmo os turistas terem apresentado mais fatores surpreendentes em seus depoimentos.

Os personagens que faziam intervenções com o público foi o fator que mais surpreendeu positivamente turistas e residentes, representando 19% dos depoimentos. Para os moradores locais, além dos personagens, o que mais gerou surpresa foi a Réplica do Cine São José, enquanto para os turistas, foi a alcachofra.

Percebe-se que, assim como os pontos altos, os moradores locais se surpreenderam com aspectos ligados ao tema, à organização, decoração e jardinagem. Ao mesmo tempo em que os turistas se surpreenderam positivamente com os produtos ofertados no evento – alcachofra, variedade de produtos, artesanato, doces e exposição de vinhos -, questões estruturais e organizacionais, atrações ligadas ao tema e características do evento, como clima familiar, não comercial, etc.

Acredita-se que os residentes tenham se surpreendido menos com os produtos ofertados porque estão habituados a encontra-los, já que eles são praticamente os mesmos de outras edições. Por isso os atrativos ligados ao tema foram os que mais os surpreenderam, uma vez que não estiveram presentes em edições anteriores.

Tabela 26 – Comparação entre os fatores que surpreenderam positivamente residentes e turistas durante a Expo São Roque 2013

Surpresas positivas	Residentes	Turistas
Alcachofra	0%	23%
Ambiente familiar	0%	1%
Artesanato	0%	12%
Contato com a natureza	0%	1%
Decoração	1%	0,5%
Disposição do espaço	1%	0,5%
Doce	0%	1%
Exposição de vinhos	4%	1%
Fazendinha	0%	5%
Festa não comercial	0%	0,5%
Flores	0%	4%
Formato tradicional	1%	3%
Limpeza	0%	2%
Organização	3%	4%
Paisagismo e jardinagem	1%	5%
Parque para as crianças	0%	0,5%
Personagens	29%	27%
Réplica do Cine São José	9%	14%
Shows e atrações artísticas	0%	16%
Tamanho da Festa	0%	2%
Tamanho do Recanto da Cascata	0%	7%
Tema	1%	7%
Tranquilidade	0%	2%
Trilha e cachoeira	0%	5%
Tudo	0%	8%
Variedade de produtos	0%	17%

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Entre os aspectos que surpreenderam positivamente os visitantes, 17 foram mencionados apenas pelos turistas. Nota-se que os residentes foram os que mais ficaram surpresos com os personagens e com exposição de vinhos – segundo eles, nesse ano ela estava mais diversificada e atraente -, em todos os outros fatores os turistas foram maioria.

Não é agradável saber que existiram fatores no evento que desagradaram os visitantes, porém é importante pontua-los para que possam ser tomadas providências a fim de ameniza-los.

Os fatores que despertaram uma surpresa negativa nos visitantes pautaram-se, principalmente, no alto custo de produtos e serviços, o que representou 26% de tais fatores. Entre os residentes, essa lista seguiu apontando a ausência de atrativos específicos, como a Maria Fumaça e o Restaurante Tia Lina, e a baixa atratividade quando comparada aos outros formatos do evento. Já entre os turistas, outros fatores negativos foram a fazendinha e a falta de inovação.

A ausência de atrativos específicos e a baixa atratividade quando comparada com os outros formatos do evento, só incomodou aqueles que frequentaram várias edições do evento, por isso a maior parte das citações foram de moradores locais. Já a fazendinha, mostrou-se negativa, pois, segundo 8% dos turistas pesquisados, os animais estavam abandonados e a proposta do espaço não condizia com a do evento. A falta de inovação foi citada como fator negativo por 1% dos residentes e 5% dos turistas, pois de acordo com esses visitantes, o evento se mantém muito parecido a cada edição e apresenta poucas novidades.

Tabela 27 – Comparação entre os fatores que surpreenderam negativamente residentes e turistas durante a Expo São Roque 2013

(continua)

Surpresas Negativas	Residentes	Turistas
Alcachofra	0%	2%
Alto custo	10%	13%
Artesanato	0%	0,5%
Ausência de atrativos específicos	10%	3%
Ausência de produtos típicos	0%	2%
Bagunça	0%	2%
Baixa atratividade quando comparado com as Festas do Vinho e Expoflorais	3%	0%
Baixo público	0%	4%
Cachoeira poluída	0%	2%
Desorganização	6%	4%
Falta de inovação	1%	5%
Falta de manutenção	0%	2%

Tabela 27 – Comparação entre os fatores que surpreenderam negativamente residentes e turistas durante a Expo São Roque 2013

(conclusão)

Surpresas Negativas	Residentes	Turistas
Falta de variedade	0%	2%
Fazendinha	0%	8%
Limpezas	0%	0,5%
Lojas de variedade	0%	2%
Paisagismo	0%	0,5%
Pisa da uva	0%	0,5%
Poucas opções gastronômicas	0%	1, %
Qualidade da Festa	0%	0,5%
Tema disperso	0%	0,5%
Vinho	0%	0,5%

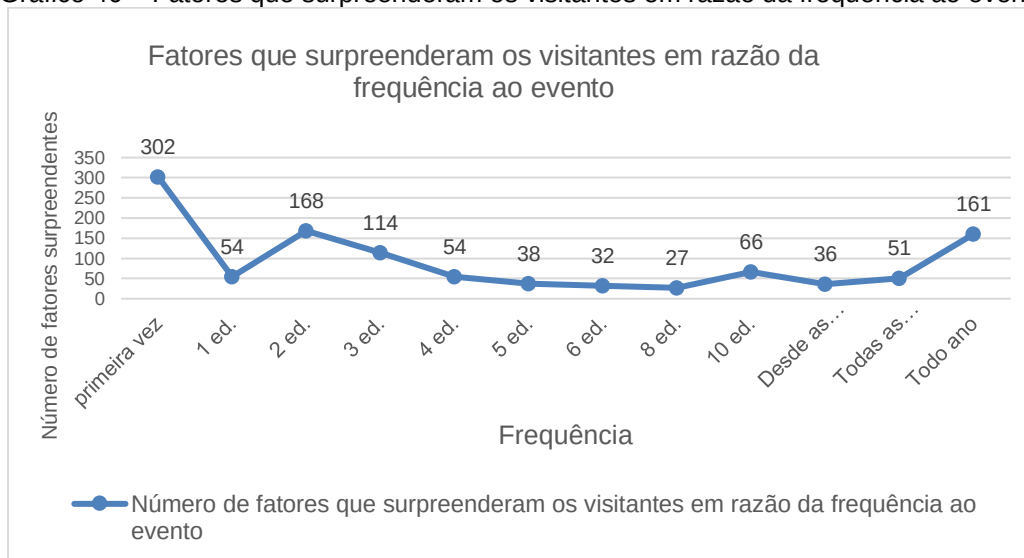
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Dentre os fatores que despertaram surpresas negativas, 17 foram citados apenas pelos turistas e somente 1 foi exclusivo dos residentes. As citações dos turistas foram maioria em todos os aspectos, com exceção dos quesitos: baixa atratividade, ausência de atrativos específicos e desorganização, onde a maioria foi os residentes.

Supunha-se que quanto mais edições os visitantes tivessem frequentado, menos seriam os fatores que o surpreendiam. Porém, de acordo com o gráfico 40, essa relação não é proporcional, de modo que os visitantes mais frequentes, não necessariamente foram os menos surpresos.

Considera-se, porém, que garantir que foram ao evento todos anos, desde as Festas do Vinho ou em todas as Expos São Roque é uma afirmação ousada, pois é difícil garantir que se tenha visitado tantas edições ininterruptamente. Por isso, supõe-se que esses visitantes sejam bastante frequentes, a tal ponto que não souberam enumerar em quantas edições estiveram presentes.

Gráfico 40 – Fatores que surpreenderam os visitantes em razão da frequência ao evento



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Por isso, pode-se afirmar que a tendência é que quanto mais edições os visitantes frequentem, menores serão os fatores que o surpreenderão. Por se tratar de uma tendência, há exceções, no caso dos visitantes da Expo São Roque 2013, aqueles que haviam visitado duas e dez edições foram contra a tendência apresentada.

A última questão respondida pelos visitantes pesquisados, dizia respeito sobre as imagens que os turistas constroem sobre a cidade de São Roque e os são-roquenses, baseando-se no que vivenciaram na Expo São Roque 2013. Nessa questão, os residentes pontuaram as imagens que eles achavam que os turistas construiriam, enquanto que os turistas narraram as imagens construídas por eles próprios.

Ao confrontar esses dados, diagnosticou-se que 51% das imagens eram correspondentes, ou seja, o que os residentes acharam que os turistas pensariam, de fato foi o que eles pensaram. Essas imagens convergentes, foram sintetizadas no quadro 14.

Quadro 14 – Síntese das imagens construídas pelos turistas, convergentes com a opinião dos residentes, baseada na visitação à Expo São Roque 2013

Imagens construídas pelos turistas, convergentes com a opinião dos residentes, baseada na visitação à Expo São Roque 2013	
Positivas	Negativas
São Roque é uma cidade turística	São Roque apresenta alto custo de vida
São Roque é a Terra do Vinho	O produto turístico são-roquense é limitado e com pouca variedade (muitas vezes se restringe aos vinhos e alcachofras)
O turismo é o carro chefe da economia local	A Expo São Roque se parece muito com a Expoflora de Holambra
São Roque é a cidade da alcachofra	
O público alvo do turismo em São Roque é a terceira idade	
O artesanato é uma potencialidade do município	
São Roque possui forte apelo gastronômico	
São Roque é uma cidade que valoriza sua descendência italiana e portuguesa	
São Roque possui um produto turístico diversificado	
A Expo São Roque é um importante meio de divulgação dos atrativos turísticos da cidade	
São Roque é uma cidade que preserva suas tradições	
A Expo São Roque desperta no turista a vontade de morar em São Roque	
O produto turístico são-roquense se opõe à realidade urbana do turista	
Os são-roquenses são acolhedores, educados e hospitaleiros	
São Roque é uma cidade bonita, tranquila, agradável, acolhedora, alegre, preservada e organizada	

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Pode-se concluir que essas são as impressões que a Expo São Roque passa aos visitantes sobre a cidade e os munícipes, visto que tanto os turistas quanto os residentes as pontuaram.

Sobre os são-roquenses, a única imagem que o evento cria é que são acolhedores, educados e hospitaleiros. Enquanto isso, o público acredita que a Expo

São Roque é um importante meio de divulgação dos atrativos turísticos e desperta no turista a vontade de residir na cidade.

Sobre a cidade de São Roque, as imagens criadas descrevem um município bonito, tranquilo, agradável, acolhedor, alegre, preservado, organizado e que preserva suas tradições, principalmente as vinculadas a sua descendência italiana e portuguesa.

O evento transmite a ideia de São Roque é uma cidade turística, que ainda merece o epíteto de Terra do Vinho, mas que também é conhecida como a Cidade da Alcachofra, e que tem o turismo como principal atividade econômica. O produto turístico local é imaginado como diversificado, com forte apelo gastronômico e onde o artesanato é uma potencialidade. A imagem que a Expo transmite sobre o público alvo do turismo em São Roque é que ele seja predominantemente da terceira idade.

Os residentes supuseram que o que os turistas vivenciaram na Expo era divergente de suas realidades, os turistas, por sua vez, confirmaram. Isso porque em São Roque eles disseram encontrar ar puro, contato com a natureza, variedade gastronômica – principalmente a alcachofra –, opções de lazer e um povo acolhedor. Segundo os visitantes, os turistas não costumam ter isso em suas cidades de origem.

As únicas imagens negativas que a Expo transmite aos turistas é que (1) São Roque possui alto custo de vida: acredita-se nisso por causa dos preços praticados no interior do evento, por isso os turistas imaginam que toda a cidade siga este padrão, de modo que o custo de vida no município seja elevado; (2) O produto turístico são-roquense é limitado e com pouca variedade - esse tópico anula a imagem de que a cidade possui um produto turístico diversificado - : alguns visitantes acreditam que a cidade só trabalha a imagem do vinho e da alcachofra enquanto produtos turísticos e, por isso, ele é limitado e pouco diverso, pois entre as variedades de alcachofra, encontra-se em São Roque apenas a roxa e, entre os vinhos, a maior parte são vinhos de mesa; (3) As semelhanças entre a Expo São Roque e a Expoflora de Holambra incomodam os residentes e os turistas, pois indicam que falta variedade de produtos e criatividade no que se refere ao formato do evento, alguns chegam a dizer que o evento “se parece uma cópia barata” da Expoflora.

As demais imagens apontadas pelos turistas e pelos residentes não se completaram, por isso acredita-se elas reflitam os pontos de vista específicos de cada um dos grupos.

As comparações realizadas entre os dois tipos de público pesquisado permitiram completar a caracterização desta edição do evento e compreender a configuração deste formato – Expo São Roque.

Considerando-se que os formatos anteriores já foram devidamente caracterizados, ao se encerrar a descrição da Expo São Roque 2013, poderão ser discutidos os pontos que determinam se houve a descaracterização do evento ao se transformar no formato atual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história de São Roque está relacionada à vitivinicultura desde sua fundação. A atividade foi o principal agente de desenvolvimento do município e possuía enorme importância econômica, tornando-se símbolo da cidade e a transformando no maior produtor de vinhos do Estado de São Paulo.

Tal cenário foi propício para a realização da primeira Festa da Uva e do Vinho de São Roque, evento que, apesar de ter passado por diversas transformações, se mantém até hoje. Ao longo dos 71 anos desde seu surgimento, a festividade passou por 6 formatos – Festa da Uva e do Vinho, Festa da Vindima, Festa do Vinho, Feira do Vinho, Expofloral e Expo São Roque.

Em cada um desses formatos, o evento possuía objetivos, organizações e, principalmente, resultados diferentes, como, por exemplo, a Festa da Vindima que ajudou a financiar a construção do Ginásio, a Festa do Vinho que, em suas últimas edições, deixou a cidade em estado de calamidade pública, ou então, a Expofloral que apresentava um viés filantrópico e, com isso, ajudou diversas instituições do município. Mesmo assim, todos buscavam promover os produtos locais, enquanto também estimulavam o turismo e divulgavam uma imagem positiva da cidade.

O evento passou por um processo de massificação, entre as décadas de 1960 e 1980, o que levou à desvalorização de seus elementos socioculturais, passando a priorizar o lucro e o entretenimento. Descobriu-se que, nessa época, a mídia e a organização foram as responsáveis pelo público excessivo, pois investiam excessivamente em *marketing* sem considerar a infraestrutura existente. Com o aumento da criminalidade e outros problemas urbanos causados pelo evento, os moradores locais se ausentaram do festejo, foram marginalizados e tornaram-se coadjuvantes de uma comemoração que envolvia sua própria cultura. Os turistas se apropriavam dos usos da cidade, fazendo com que todos os serviços e produtos locais fossem voltados ao atendimento de suas necessidades, por isso os moradores buscavam auxílio em outras cidades da região.

Compreende-se que durante o período em que continuava a ser realizada, a Festa do Vinho foi o principal atrativo do município, porém não havia uma gestão

turística sustentável. Dessa forma, ela não possuía mais os mesmos significados para a população como possuía no passado. Por causa do uso turístico, novos significados foram atribuídos ao evento, tais como a oportunidade de exploração comercial e a promoção de São Roque enquanto destino turístico, de tal modo que os turistas valorizavam e prestigiaram o evento mais do que os locais.

Defende-se que apesar do evento ter apresentado falhas em várias edições, ele não era cancelado e sempre havia esperanças de uma reformulação e reestruturação, devido à grande influência dos vinicultores na política local. Imagina-se que caso outra classe viesse a apresentar um evento com os impactos que a Festa do Vinho gerava, talvez ele tivesse sido cancelado antes. Da mesma forma que, apesar da vinicultura ter passado por crises, o título de Terra do Vinho foi sustentado, pois convergia com os interesses dos vinicultores. Diante da constante apresentação do município como Terra do Vinho e a exaltação de sua história e tradição vitivinícola, os moradores locais acreditam nisso e assumem - até hoje – essa identidade sem considerar a decadência do setor.

Através da reformulação que aconteceu na década de 1990, tentou-se resgatar os valores do evento e restaurar a imagem positiva do vinho e da cidade de São Roque que havia sido denegrida nos últimos anos, principalmente por conta da massificação da Festa do Vinho.

Até o presente, o formato do evento é a Expo São Roque. Nota-se que ela se apresenta como uma nova versão das Festas do Vinho que foi reformulada e adequada aos novos objetivos e necessidades do município. Em 1942 o evento era um festejo local, destinado ao consumo de vinhos e homenagens às suas origens. Na década de 1970 teve como objetivo divulgar a vinicultura são-roquense e na década de 1990 pretendeu consolidar a cidade enquanto destino turístico. Hoje, o evento procura reunir e apresentar todos os produtos turísticos disponíveis no município. Deve-se mencionar, ainda, que em todas essas fases o evento mostrou-se alinhado aos objetivos de desenvolvimento da cidade, portanto não se acredita em uma descaracterização, apenas evolução e transformação do evento.

Conclui-se que a Festa do Vinho e a Expo São Roque não são o mesmo evento, visto que apresentam diferentes objetivos, princípios, atrativos e estrutura, mas entende-se que a Expo São Roque é uma evolução do que um dia foi a Festa do Vinho.

O enoturismo em São Roque era mais evidente na época das Festas do Vinho, pois as pessoas eram diretamente motivadas pelos produtos vinícolas. A atividade, porém, foi reinventada quando as vinícolas se abriram para a visitação pública a partir de 1995. Aos poucos, com a instalação de restaurantes junto às vinícolas e a criação de novos eventos, o enoturismo aliou-se à gastronomia – principalmente italiana.

Durante a pesquisa um representante do Sindusvinho admitiu que a vinicultura perdeu representatividade econômica com a diminuição da produção local, mas, por isso – até hoje - incentiva o desenvolvimento do enoturismo, pois com o baixo cultivo de uva e a pequena produção de vinho é necessário que, de alguma forma, se associe a imagem de São Roque aos produtos vinícolas, visto que o vinho ainda é o responsável por gerar empregos na cidade – principalmente em atividades relacionadas ao enoturismo, como o atendimento em vinícolas - e pela atração de 80% dos turistas que visitam São Roque.

Na pesquisa realizada na 21ª edição da Expo São Roque descobriu-se que antes o evento era considerado tradicional por causa da sua ligação com vinicultura local, enquanto hoje, também é considerado tradicional por causa das alcachofras.

Os vinhos e as alcachofras passaram a representar a imagem turística do município, pois os turistas que experimentam os vinhos de São Roque ou a alcachofra roxa de São Roque, onde quer que estejam, tendem a vincular os produtos à cidade.

Percebeu-se também que os visitantes são assíduos nos eventos, por isso, muitos são motivados pela busca de novidades. Detectou-se que os residentes frequentam o evento por rotina e o utilizam como espaço de lazer e opção gastronômica, enquanto que os turistas, também buscando lazer, se interessam pelos os produtos principais e pelos os aspectos referentes à tradição do evento, ou seja, apesar apresentar um cunho comercial, eles são atraídos pela cultural local.

Entre os aspectos tradicionais que estão sendo mantidos, os elementos mais representativos são: a exposição, degustação e comercialização de produtos vinícolas, a associação da gastronomia – antes o bacalhau na brasa e hoje a alcachofra -, as

apresentações artísticas e a divulgação da cidade – antes como produtor vitivinícola e agora como destino turístico. Portanto, apesar pequenas mudanças, decorrentes da reinvenção do evento a cada edição, tais elementos são capazes de representar a ligação da Expo São Roque 2013 com as primeiras Festas do Vinho.

De acordo com as pesquisas documentais percebeu-se que os pontos principais das Festas do Vinho eram a comercialização dos prontos vinícolas, a degustação e as apresentações populares. Durante a Expofloral os maiores destaques eram as flores e a decoração, depois a gastronomia, o vinho e as apresentações artísticas ganharam espaço. Já na Expo São Roque, os pontos altos eram apontados como sendo os produtos tradicionais e os *shows*. Na 21ª edição, constatou-se que os *shows* e as apresentações são, de fato, o principal destaque do evento, seguidos da organização, estrutura e atendimento, dos produtos típicos e das ofertas gastronômicas.

Entre os *shows* e apresentações da 21ª Expo São Roque, a Pisa da Uva foi a preferida. Acredita-se que ela se apresenta como um espetáculo que pretende demonstrar as raízes e tradições da cultura local. Configura-se, portanto, como uma autenticidade encenada que pode ser vista como algo positivo, que busca homenagear os antigos métodos de produção e manter a memória dessas práticas, ou como algo negativo, que ludibria o turista que passa a acreditar que atualmente os vinhos são fabricados dessa forma. A pisa da uva passou a representar uma autenticidade encenada por causa da demanda dos turistas por produtos que enaltecessem o diferencial do patrimônio cultural são-roquense.

O formato do evento foi apontado, por alguns visitantes, como tradicional, enquanto outros disseram que ele não apresenta inovações, tornando a Expo São Roque cada vez mais previsível e monótona. Acredita-se que grande parte do público vê o evento como uma exposição comercial e de promoção, por isso acaba por não perceber a tradição intrínseca de seus produtos.

A hipótese central desse trabalho era de que as transformações que aconteceram no evento o descaracterizaram, visto que a atual configuração é distinta das primeiras edições. Entretanto, considerando-se as mudanças socioculturais decorrentes da própria dinamicidade da cultura, acredita-se que um evento que seja visto como uma manifestação cultural da cidade deva levar em consideração as origens e intenções do

evento, além das tradições e práticas a ele vinculadas, sem que com isso ignore os novos valores associados à cultura local. Dessa forma, refutou-se a hipótese inicial, pois descobriu-se que o evento não foi descaracterizado, o que ocorreu foi a associação de novas características, pois se reformulou, adaptando-se à atual dinâmica social de São Roque.

Acreditava-se também que a Festa havia mudado de forma abrupta, porém percebeu-se que ela foi mudando aos poucos. A cada edição o evento se reinventava, apresentando alterações que resultaram nos diferentes formatos e objetivos pelos quais a Festa passou, chegando aos dias atuais.

Em paralelo a hipótese central desse trabalho, a organização apresentava várias outras, pois na ausência de pesquisas sobre o evento, eles pautavam-se em opiniões e observações. Diante disso, esse estudo foi capaz de confirmar a maioria delas, como por exemplo, os dias em que turistas e residentes são mais frequentes, os dias em que há mais grupos de excursão, a aceitação do uso dos temas e etc.

Averiguou-se que a Expo São Roque é um importante evento turístico e que carrega consigo referências às tradições locais, configurando-se, também, como um evento típico. Ao mesmo tempo, a grande oferta de vinhos e de alcachofra faz da Expo São Roque um evento voltado ao enoturismo e ao turismo gastronômico.

De acordo com os organizadores, atualmente, o objetivo da Expo São Roque é proporcionar momentos de lazer às famílias ao mesmo tempo em que apresenta os produtos turísticos de São Roque. Portanto, pode-se dizer que o evento cumpre parcialmente com tais objetivos, visto que, segundo a pesquisa de campo, o maior público refere-se às famílias e alega ir ao evento passear, ou seja, entreter-se em seus momentos de lazer.

Porém, notou-se que há a divulgação de São Roque enquanto destino turístico, no entanto, outros atrativos além da Expo não são mencionados, não havendo divulgação dos demais produtos turísticos disponíveis. Entre todos os formatos da Festa, a Expofloral se destacava neste quesito, pois foi o modelo que mais buscou divulgar a cidade, existiam PIT's (Ponto de Informações Turísticas), guias, *stands* promocionais e etc.

Diante disso, observa-se uma intensa divulgação do Roteiro do Vinho, compreensível, uma vez que o evento é organizado pelo Sindusvinho, porém, acredita-se que a Expo São Roque, enquanto evento típico da cidade, deva explorar os outros produtos turísticos do município.

Após essas percepções, pode-se pontuar que as principais transformações do evento até 2013 foram referentes aos (às):

- Nomes;
- Formatos;
- Estruturas;
- Produtos Principais;
- Objetivos;
- Datas;
- Duração;
- Locais;
- Organizadores;
- Programação;
- Público;
- Envolvimento dos munícipes.

Portanto, o objetivo geral desse trabalho foi alcançado, pois os eventos foram caracterizados, contextualizados e analisados de forma que foram reveladas as principais transformações da Festa da Uva e do Vinho até se tornar Expo São Roque.

Pode-se concluir que essas transformações não descaracterizam o evento, apenas agregaram novas características, visto que, com a desenvolvimento da sociedade são-roquense, foram atribuídos novos papéis para o evento que passou de uma homenagem às origens da vitivinicultura local para um evento turístico baseado no enoturismo e na gastronomia.

Acredita-se que o evento foi levado a realizar tais transformações, pois a cultura não é estática e precisa se adequar para atender os traços modernos da sociedade, a mudança é inerente a cultura.

Atualmente, a cidade já não produz tanto vinho como em décadas passadas e também não tem a vitivinicultura como principal atividade econômica, mas, mesmo assim, os munícipes dão importância à Expo São Roque, pois acreditam que ela simboliza uma de suas tradições. Supõe-se que a manutenção do evento está relacionada não só ao simbolismo para os munícipes, como também aos turistas. Imagina-se que se os eventos estudados não atraíssem considerável fluxo turístico, os traços culturais por eles representados já teriam desaparecido. Entende-se que por causa da atividade turística o evento é mantido, uma vez que atrai renda para a cidade, e por causa de sua realização, os munícipes começam a valorizar e se preocupar com o seu próprio patrimônio e identidade cultural.

Portanto, a partir dessa valorização por parte dos locais, entende-se que, além dos aspectos comerciais e turísticos, a Expo São Roque representa uma ligação da cidade com a realidade de seus antepassados e transmite a ideia de que a cultura vinícola trará para São Roque o mesmo prestígio que trouxe no passado, e cabe à população atual garantir que essa prática – o evento - realizada por eles não seja esquecida.

Acredita-se que é por causa da Expo São Roque, e do empenho das vinícolas locais no desenvolvimento do enoturismo, que o município ainda é conhecido como Terra do Vinho, conforme constatou-se na edição de 2013. A atividade passou por períodos de crises, renovações e auges, onde desfrutou dos benefícios e dos prejuízos de cada fase, mas ainda assim se mantém e vislumbra no turismo oportunidades de desenvolvimento e reinvenção.

Espera-se que os resultados dessa pesquisa contribuam com o planejamento do evento, com o registro de mais um capítulo da história de São Roque e com o desenvolvimento de uma política cultural sustentável que, ao entender as transformações e o papel do evento, combata a superficialidade do atrativo, ao mesmo tempo em que garanta a conservação, preservação e valorização dos elementos culturais que ele envolve.

Essa pesquisa contemplou aspectos referentes aos eventos são-roquenses relacionados ao vinho, porém acredita-se que o patrimônio cultural de São Roque e sua história vitivinícola são temas amplos que demandam muitas outras pesquisas e

projetos, como: estudos sobre a aceitação do epíteto e assimilação dele entre os turistas e residentes; reflexões sobre a tradicionalidade do vinho no município; estudos sobre a identidade cultural do são-roquense; pesquisas relacionadas ao desenvolvimento do turismo rural, enoturismo e demais segmentos aplicáveis ao município; pesquisas de mercado da Expo São Roque, onde podem ser estudados os mercados, os concorrentes e etc.; pesquisas antropológicas que estudem a relação do turista e do residente enquanto participantes da experiência um do outro; projetos sobre o marketing do turismo cultural são-roquense; estudos sobre a relevância dos eventos são-roquenses para o turismo doméstico; além de pesquisas sobre outros pontos turísticos e festas da cidade.

Aproveitando dos resultados desse estudo, sugere-se à organização da Expo São Roque e aos gestores de turismo do município, a criação de *souvenirs* autênticos da cidade, pois notou-se essa demanda por parte dos visitantes; a instalação de um *stand* – ou outro espaço de divulgação - no interior da Expo São Roque que divulgue os produtos turísticos do município, não limitando-se ao Roteiro do Vinho; a instauração de uma política de preços que evite práticas abusivas nas barracas; a continuidade da tematização das edições; e o investimento na oferta e divulgação de produtos típicos da cidade – além de vinhos e alcachofras.

REFERÊNCIAS

ADEGAS. 1995.

AGRÍCOLA. **Melhores vinhos do Brasil:** IX Festa do Vinho. 30.07.1960.

ANDRADE, J. V. **Turismo:** Fundamentos e dimensões. 8.ed. São Paulo, SP: Ática, 2008. p.43-72.

BALLABIO, S. A. **O conceito de cultura no turismo:** o aporte antropológico. Marília, SP. Disponível em: <<http://legacy.unifacef.com.br/novo/publicacoes/IIforum/Textos%20EP/Sati%20Albuquerque.pdf>>. Acesso em: 21.03.2014.

BANDUCCI Jr., A. Turismo e Antropologia no Brasil: estudo preliminar. *In:* BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. (Orgs.). **Turismo e identidade local:** uma visão antropológica. Campinas, SP: Papirus, 2001. p.21-47.

BARRETO, M. **Manual de iniciação aos estudos do turismo.** 17.ed. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 2008.

BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. Introdução. *In:* BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. (Orgs.). **Turismo e identidade local:** uma visão antropológica. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BASTOS, J. C. D. **Entrevista.** São Roque, 19 de abril de 2014. MP3, 0h42 min.

BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo.** 13.ed. São Paulo, SP: SENAC, 2008. p.468-490.

BIAZZI, N. Você sabia?. *In:* **O DEMOCRATA**, 21.07.1984

BORNHEIM, G. A. O conceito de tradição. *In:* BORNHEIM, G. A. et al. (Orgs.). **Tradição/Contradição.** 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/Funarte, 1997.

BRASIL, Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____, Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo Cultural:** orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. **Constituição:** República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, Federal, 1988. Art. 216.

_____. Decreto n. 3.551, de 4 de agosto de 2000. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 2000.

BRAYNER, N. G. **Patrimônio cultural imaterial**: para saber mais. Brasília, DF: IPHAN, 2007.

BRUSTOLONI, J. J. **Vida de São Roque**: peregrino de Deus e herói da caridade. Aparecida, SP: Editora Santuário, 1992.

CAMPOS, L. C.; WYSE, N.; ARAÚJO, M. L. S. **Eventos**: Oportunidade de novos negócios. Rio de Janeiro, RJ: SENAC, 2000.

CAPARELLI, L. Começa nesta sexta a 21ª Expo São Roque. *In*: **JORNAL DA ECONOMIA**. 04.10.2013.

CARAMBEÍ. **Festa do Vinho pode voltar em 95**. 05.08.1993.

_____. **Goés quer apoio para reativar Festa do Vinho**. 31.03.1994.

_____. **Comissão traça planos para a II Expofloral**. 02.06.1994.

_____. **2ª Expofloral**: Festa da natureza viva começa no sábado. 06.10.1994.

_____. **2ª Expofloral**: A beleza das flores está na Brasital. 13.10.1994.

_____. **Produtores já organizam a 3ª Expofloral**. 17.06.1995.

_____. **Expofloral vai homenagear as crianças**. 23.08.1995.

_____. **Inverno fraco favoreceu exposição**. 13.09.1995.

CASTELLI, A. N. **22ª Expo São Roque**. Disponível em: <<http://www.menucriativo.com/2014/10/22-expo-sao-roque.html>>. Acesso em: 24.04.2015.

CASTRO, C. A Natureza Turística do Rio de Janeiro. *In*: BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. (Orgs.). **Turismo e identidade local**: uma visão antropológica. Campinas, SP: Papirus, 2001. p.117-126.

CASTRO, J. C.; SALVETTI, R. A. Expofloral: a festa da natureza viva. *In*: **O DEMOCRATA**. 25.09.1993.

CAVALARRI, V. R.; ZACHARIAS, V. **Trabalhando com Recreação**. São Paulo, SP: Editora Ícone, 2008.

CÉSAR, J. Festa do Vinho de São Roque espera 800.00 pessoas. *In: DIÁRIO DE SOROCABA*, 05.07.1975

CESCA, C. G. G. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 9ª ed. São Paulo, SP: Summus, 2008.

CISGA. **Integrantes da Confraria do Espumante se reúnem na Chandon**. 27.09.2013. Disponível em: < <http://www.cisga.com.br/noticia/integrantes-da-confraria-do-espumante-se-re-nem-na-chandon>>. Acesso em: 16.06.2015.

CMMA. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro, RJ: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

COELHO, S. São Roque promove a II Feira do Vinho. *In: O ESTADO DE SÃO PAULO*, 13.07.1980.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em Turismo**: Planejamento, Métodos e Técnicas. São Paulo, SP: Editora Futura: 2007.

DIAS, E. N. F; GOÉS, C. **São Roque**: A terra do vinho paulista? 2011. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (licenciatura em Geografia e História) – Faculdade Uirapuru, Sorocaba, SP, 2011.

DIAS, F. Visão de síntese sobre a problemática da motivação turística. *Ci. Inf., Revista Científica do ISCET*. Percursos & Ideias. n.1. 2.série de 2009. Disponível em: <http://www.academia.edu/2403877/Vis%C3%A3o_de_s%C3%ADntese_sobre_a_problema%C3%A1tica_da_motiva%C3%A7%C3%A3o_tur%C3%ADstica>. Acesso em: 21.03.2014.

EMBRATUR. **Inventário da oferta turística**: metodologia. Rio de Janeiro, RJ: DIPLAN/CEBITUR, 1984

EXPO SÃO ROQUE. **17ª Expo São Roque**. São Roque, 2009. 1 folder.

_____. **Guia de atrações e localização**. São Roque, 2013. 1 folder.

EXPOFLORAL. **A natureza espera por você**. São Roque, 1995. 1 folder.

_____. **Alcachofra, Flores e Vinhos**: uma delícia de Festa. São Roque, 1999. 1 folder.

FERREIRA, M. M. **Getúlio Vargas**: uma memória em disputa. Rio de Janeiro, RJ: CPDOC, 2006.

FINO, P; QUEIROZ, O. Políticas públicas de turismo no Estado de São Paulo: evolução da legislação no caso das Estâncias. *Ci. Inf., 5º Congresso Latino-Americano de*

Investigação Turística, São Paulo, set. 2012. Disponível em: <http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo2/Fino_Queiroz.pdf>. Acesso em: 13.05.2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Festa do Vinho, mas sem o vinho**. 06.07.1979.

_____. **São Roque festeja suas alcachofras**. 09.10.2001.

FRASSON; A. C; GOMES, S. A. **Tropeirismo**: Processo civilizatório da região sul do Brasil. 2010. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/file/2010/artigo_teses/2010/historia/artigos/frasson_artigo.pfd>. Acesso em: 7.3.2015.

GAZETA DE ARAÇARIGUAMA. **São Roque em Festa com a V Expofloral**. 11.10.1997.

_____. **Expofloral 98**. 24.10.1998.

GAZETA MAIRINQUE. **Cardápio de comidas exóticas é um dos apelos da Expofloral**. 11.10.1996.

GIACAGLIA, M. C. **Organização de eventos**: teoria e pratica. São Paulo, SP: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2005.

GRÜNEWALD, R. Turismo e o “Resgate” da cultura pataxó. *In*: BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. (Orgs.). **Turismo e identidade local**: uma visão antropológica. Campinas, SP: Papirus, 2001. p.127-148.

HOBSBAWN, E. Introdução: A invenção das tradições. *In*: HOBSBAWN, E.; RANGER, T. (Orgs.). **A invenção das tradições**. 2.ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2012, p.7-26

IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: < <http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 15.09.2013.

_____. **Cidades**: São Roque. Disponível em: < <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=355060&search=sao-paulo%7Csao-roque%7Cinfograficos:-dados-gerais-do-municipio>>. Acesso em: 15.09.2013.

IGNARRA, L. **Fundamentos do turismo**. 2.ed. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

IPAC. **Salvaguarda.** Disponível em: <<http://www.ipac.ba.gov.br/patrimonio-cultural/salvaguarda>>. Acesso em: 11.11.2014.

IPHAN. **Patrimônio Cultural.** Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>>. Acesso em: 10.11.2014.

JORNAL DA ECONOMIA. **Festa do Vinho continua sem solução.** 20.08.1996.

_____. **Expofloral Muda de Local.** 14.05.1997.

_____. **V Expofloral começa nesta sexta.** 05.10.1997.

_____. **Festa do Vinho continua sendo apenas uma lembrança.** 23.08.1999.

_____. **11ª Expofloral São Roque começa na próxima quinta-feira, dia 2.** 26.09.2003.

_____. **Expofloral São Roque quer atrair 100 mil pessoas.** 03.10.2003.

_____. **Organizadores esperam mais de 40 mil pessoas no último fim de semana da Expofloral.** 17.10.2003.

_____. **Mais de 70 mil pessoas visitam a 11ª Expofloral.** 24.10.2003.

_____. **Expofloral:** Balanço da festa ainda não é fechado, mas verba para Santa Casa deve girar entre R\$30 e R\$ 40 mil. 31.10.2003.

_____. **Expofloral:** sem definições até agora. 02.07.2004.

_____. **Prefeitura anuncia:** quer que o CAS organize a Expofloral. 06.08.2004.

_____. **Expofloral:** Expectativa é atrair 120 mil visitantes durante os dias de festa. 01.10.2004.

_____. **Expofloral termina neste fim de semana.** 22.10.2004.

_____. **12ª Festa de Alcachofras, Flores e Vinhos divulga São Roque e beneficia o município.** 30.10.2004.

_____. **Expo São Roque deve substituir Expofloral.** 12.08.2005.

_____. **Expo São Roque começa neste final semana.** 07.10.2005.

_____. **Expo São Roque deve atrair mais de 100 mil turistas à cidade.** 20.10.2006.

- _____. **Expo São Roque tem atrações para todos.** 14.09.2007.
- _____. **15ª Expo São Roque recebe 22 mil no primeiro final de semana.** 12.10.2007.
- _____. **15ª Expo São Roque recebe 20 mil visitantes no feriado.** 19.10.2007.
- _____. **Começou a Expo São Roque.** 07.10.2008.
- _____. **17ª Expo São Roque homenageia São Roque com réplica de locais consagrados da cidade.** 02.10.2009.
- _____. **17ª Expo São Roque apresenta atrações para todas as idades neste feriado.** 30.10.2009.
- _____. **18ª Expo São Roque apresenta shows nas sextas e sábados à noite.** 22.10.2010.
- _____. **Expo São Roque atrai 75 mil pessoas, afirma organização.** 05.11.2010.
- _____. **19ª Expo São Roque presenteia munícipes com ingressos gratuitos.** 30.09.2011.
- _____. **Última semana da 19ª Expo São Roque garante muita animação com atrações imperdíveis.** 28.10.2011.
- _____. **Com temática em homenagem a Portugal, 20ª Expo São Roque começa no dia 12 de outubro.** 05.10.2012.
- _____. **Homenagem a família Barioni marca abertura da Expo São Roque.** 11.10.2013.
- JORNAL DAS ESTÂNCIAS. **Começa dia 07 de outubro a 19ª Expo São Roque.** ?.09.2011.
- JORNAL DO COMÉRCIO E CIA. **São Roque comemora o sucesso de público da Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos.** 15.10.2004.
- KUNZ, J. G. O turismo como indutor de desenvolvimento: revisitando as dimensões ambiental, econômica e social. **Turismo & Sociedade.** Curitiba, PR, v. 5, n.1, p. 144-163, abril de 2012.
- LANGARO, J. F. Espaço, região e história social. **Revista Percursos – Nemo,** Maringa, PR, v.1, n.1, p. 23-48, 2009.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 25.reimpressão. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2013.

LEMOS, C. **O que é Patrimônio Histórico**. Coleção Primeiros Passos: Ed. Brasiliense. 2004.

LICCARDO, A.; **Patrimônio Natural e Turismo**. Disponível em: <<http://www.geoturismobrasil.com/Material%20didatico/Patrim%C3%B4nio%20Natural%20e%20Turismo.pdf>>. Acesso em: 28.06.2014.

LIMA, R. A. **Assim nasceu a Festa do Vinho**. Informativo da Festa do Vinho de São Roque, 1985.

LIMA, V.; VILLANI, A. (Orgs.). **3º Centenário de São Roque**: documentário ilustrado. São Paulo, SP: Atlas dos Municípios, 1957.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo, SP: Atlas, 2007.

MARTIN, A. Guerra da Secessão. *In*: MAGNOLI, D. (Org.). **História das Guerras**. 3.ed. São Paulo, SP: Contexto, 2006. Cap. 9, p. 219 – 252.

MARTINS, R. C. **Entrevista**. São Roque, 14 de setembro de 2013. MP3, 0h27 min.

MELLO, C. Festa do Vinho poderá voltar a partir de 95. *In*: **JORNAL DA ECONOMIA**. 17.08.1993.

_____. Expo São Roque termina com aprovação unânime de visitantes e expositores. *In*: **JORNAL DA ECONOMIA**. 01.11.2013.

MELLO, S. **São Roque: “Zona de Festa”**. *In*: A TRIBUNA, 16.8.1987.

O CRUZEIRO DO SUL. **Evolução da vitivinicultura em São Roque**. 10.07.1977.

_____. **Feira do Vinho de São Roque inaugura hoje**. 06.07.1980.

_____. **Festa do Vinho de São Roque**. 08.09.1980.

_____. **Neste domingo será inaugurada III Feira do Vinho de S. Roque**. 27.06.1981.

_____. **São Roque inaugura Feira do Vinho hoje**. 04.07.1981.

_____. **São Roque**. 22.08.1987.

_____. **Termina hoje em São Roque a 37ª Festa do Vinho**. 27.09.1987.

- _____. **São Roque prepara a sua Festa do Vinho.** 27.04.1988.
- _____. **Começa amanhã a tradicional Festa do Vinho de São Roque.** 10.09.1988.
- _____. **São Roque suspende a Festa do Vinho por 2 anos.** 20.05.1989.
- _____. **São Roque vai fazer exposição de flores.** 02.10.1993.
- _____. **Exposição oferece várias atrações em S. Roque.** 10.10.1995.
- _____. **Expofloral vai inaugurar o novo parque de eventos.** 28.09.1997.
- _____. **5º Expofloral termina neste final de semana.** 25.10.1997.
- _____. **São Roque prepara a Expofloral.** 07.07.1999.
- _____. **Festival do Vinho movimenta São Roque.** 03.07.2004.
- _____. **19ª Expo São Roque.** 20.09.2011.
- _____. **Turismo: Expo São Roque.** 09.10.2012.
- O DEMOCRATA. **Vinicultura sanroquense.** 20.01.1949.
- _____. **II Festa do Vinho.** 17.05.1952.
- _____. **II Festa do Vinho de São Roque.** 05.07.1952.
- _____. **Encerrados os festejos da II Festa do Vinho.** 19.07.1952.
- _____. **Apoteótico encerramento da “IV Festa do Vinho de São Roque”.** 07.08.1954.
- _____. **IX Festa do Vinho.** 30.07.1960.
- _____. **Oração do presidente da comissão executiva da 9ª Festa do Vinho.** 30.07.1960.
- _____. **Enorme afluência popular no final da XXII Festa do Vinho.** 04.07.1973.
- _____. **Ação judicial pode impedir Festa do Vinho em São Roque.** 07.07.1979.
- _____. **Feira do Vinho inaugura-se com problemas.** 14.07.1979.
- _____. **Feira do Vinho-80: Expectativa cresce na 2 semana.** 12.07.1980.
- _____. **Feira do Vinho-80: Record de público e de falhas.** 02.08.1980.

- _____. **Feira do Vinho, termina.** 02.08.1980.
- _____. **Feira do Vinho poderá ter nova área.** 11.04.1981.
- _____. **Imprensa será homenageada na Feira do Vinho/81.** 23.06.1981.
- _____. **Feira do Vinho/81, começa amanhã.** 04.07.1981.
- _____. **Feira do Vinho-81: Cresce a afluência popular.** 18.07.1981.
- _____. **Mais de 30 mil já visitaram a Feira do Vinho/81.** 25.07.1981.
- _____. **80 mil visitaram a Feira do Vinho – 81.** 05.08.1981.
- _____. **Inaugurada a Feira do Vinho/82.** 17.07.1982.
- _____. **Televisão promove Feira do Vinho/82.** 24.07.1982.
- _____. **Encerrada a Feira do Vinho de 82.** 07.08.1982.
- _____. **De 10 a 31 – Programa da Feira do Vinho/83.** 02.07.1983.
- _____. **A partir de amanhã uma nova Feira do Vinho: expectativa, entusiasmo, melhor organização, inovações e muitas atrações.** 09.07.1983.
- _____. **Brilhantemente encerrada a Feira do Vinho de 1983.** 06.08.1983.
- _____. **Vinhateiros e Prefeitura estudam Comissão Organizadora.** 07.04.1984.
- _____. **Vinhateiros voltam a coordenar a Festa do Vinho.** 14.04.1984.
- _____. **A nova Festa do Vinho de São Roque.** 26.05.1984.
- _____. **Vinhateiros convocados para o espaço turístico.** 26.05.1984.
- _____. **Festa do Vinho 84: um novo jeito de fazer festa.** 23.06.1984.
- _____. **Festa do Vinho: um sucesso.** 14.07.1984.
- _____. **Festa do Vinho faz São Roque ressurgir de sua pior crise.** 14.07.1984.
- _____. **35.000 pessoas na Festa do Vinho.** 21.07.1984.
- _____. **Recordar é viver... Festa do Vinho/53.** 21.07.1984.
- _____. **Festa do Vinho termina amanhã.** 28.07.1984.

- _____. **Festa do Vinho/85 em destaque.** 22.06.1985.
- _____. **COMTUR na Festa do Vinho.** 29.06.1985.
- _____. **Vinho de S. Roque na abertura da Exposição.** 29.06.1985.
- _____. **COMTUR na Festa do Vinho.** 29.06.1985.
- _____. **Vinho: São Roque em ritmo de Festas.** 06.07.1985.
- _____. **Festa do Vinho: Bom público na abertura cria clima de otimismo.** 13.07.1985.
- _____. **Arte e cultura negra, no último dia da Festa do Vinho.** 20.07.1985.
- _____. **São Roque espera 100 mil pessoas no encerramento da Festa do Vinho.** 27.07.1985.
- _____. **Domingo de violência, destruição e medo.** 03.08.1985.
- _____. **Festa do Vinho/85 bate <Record> de público.** 03.08.1985.
- _____. **Festa do Vinho – 86: Milhares de brindes e atividade.** 09.06.1986.
- _____. **Aviso aos Srs. Proprietários de terrenos próximos ao Recinto da Festa do Vinho.** 28.06.1986.
- _____. **Solicitada mais segurança para a Festa do Vinho.** 28.06.1986.
- _____. **Tudo pronto para começar a Festa do Vinho/86.** 28.06.1986.
- _____. **Começa amanhã Festa do Vinho - 1986.** 05.07.1986.
- _____. **Festa do Vinho: Afluência popular aumenta a cada final de semana.** 19.07.1986.
- _____. **Festa do Vinho termina amanhã.** 26.07.1986.
- _____. **Festa do Vinho: Vereador Rios pede mudanças já.** 01.02.1987.
- _____. **Festa do Vinho/87.** 07.03.1987.
- _____. **Festa do Vinho/87: Propostas.** 02.05.1987.
- _____. **Discutindo problemas e soluções para a Festa do Vinho.** 21.05.1987.
- _____. **Festa do Vinho causa polêmica.** 10.07.1987.

- _____. **“Noite de julho” para turistas da região.** 10.07.1987.
- _____. **Trio Los Angeles, Hoje na Festa do Vinho.** 26.07.1987.
- _____. **Festa do Vinho: sem mentiras e sem censura.** 09.08.1987.
- _____. **Festa do Vinho será realizada de 13 a 27 de setembro.** 22.08.1987.
- _____. **Agências de turismo garantem excursões para a Festa do Vinho.** 29.08.1987.
- _____. **Festa do Vinho/87 começa dia 13.** 05.09.1987.
- _____. **Começa amanhã a 37 Festa do Vinho.** 12.09.1987.
- _____. **Temporal prejudicou encerramento da 37 Festa do Vinho de São Roque.** 03.10.1987.
- _____. **De São Roque.... Só o rótulo.** 10.10.1987.
- _____. **Prefeito convoca comunidade para discutir a Festa do Vinho.** 23.04.1988.
- _____. **Até 30 de junho: mil garrafas de vinhos para o melhor poema sobre vinho.** 11.06.1988.
- _____. **De 11 a 25 de setembro, Festa do Vinho de São Roque.** 13.08.1988.
- _____. **Festa do Vinho/88: nomeada a Comissão e intensificados os preparativos.** 20.08.1988.
- _____. **Empresas podem montar stands no pavilhão de exposições.** 27.08.1988.
- _____. **Festa do Vinho promete boas atrações.** 03.09.1988.
- _____. **Começa amanhã a 38ª Festa do Vinho.** 10.09.1988.
- _____. **Banda Realce abre hoje atrações da Festa do Vinho.** 17.09.1988.
- _____. **Festa do Vinho/88.** 17.09.1988.
- _____. **Festa do Vinho termina amanhã com show do Trio Los Angeles.** 24.09.1988.
- _____. **Festa do Vinho de São Roque Sociedade Civil.** 20.05.1989.
- _____. **S. Roque suspende por dois anos realização da sua Festa do Vinho.** 27.05.1989.

- _____. **58,3% quer a volta da Festa do Vinho.** 11.05.1991.
- _____. **Festa do Vinho em novo recinto.** 14.08.1993.
- _____. **Vinho – Comercialização a preços aviltantes pode gerar falência total.** 28.08.1993.
- _____. **Expofloral: intensificam os preparativos.** 02.10.1993.
- _____. **Expofloral: começa hoje a festa da natureza viva.** 09.10.1993.
- _____. **Expofloral: continua hoje e amanhã.** 16.10.1993.
- _____. **Expofloral atinge objetivos filantrópicos.** 16.10.1993.
- _____. **Expofloral a boa ideia que recebeu apoio, colaboração e aplausos.** 23.10.1993.
- _____. **II Expofloral começa hoje na Brasital.** 08.10.1994.
- _____. **II Expofloral recebeu 30 mil visitantes.** 27.10.1994.
- _____. **Começa dia 8, II Expofloral – contagem regressiva aumenta expectativa.** 27.10.1994.
- _____. **A Festa do Vinho está voltando?.** 21.10.1995.
- _____. **IV Expofloral – Festa das Flores, Alcachofras e Vinhos de São Roque.** 20.07.1996.
- _____. **18 mil já visitaram a IV Expofloral.** 11.10.1996.
- _____. **“100 anos de Olimpíadas”.** 28.09.1996.
- _____. **V Expofloral será realizada no Recinto da Festa do Vinho.** 10.05.1997.
- _____. **Aberta a V Expofloral, festa de cores e sabores num paraíso de beleza e alegria.** 11.10.1997.
- _____. **V Expofloral prossegue com atrações e lazer para toda a família.** 18.10.1997.
- _____. **Hoje e amanhã, últimos dias de beleza e atrações na Expofloral.** 25.10.1997.

_____. **Avaliação da V Expofloral e novos investimentos no Recanto Cascata.** 01.11.1997.

_____. **Temporal altera programação da Expofloral.** 10.10.1998.

_____. **VI Expofloral: Baile da Primavera é a grande atração deste sábado.** 17.10.1998.

_____. **VI Expofloral vai até 1º de novembro.** 24.10.1998.

_____. **Expofloral será encerrada com Grande Festa Italiana.** 30.10.1998.

_____. **VI Expofloral: Encerramento emocionante para uma Grande Festa.** 07.11.1998.

_____. **7ª Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos homenageia crianças com show especial e atrações.** 09.01.1999.

_____. **7ª Expofloral é só sucesso até o momento.** 21.08.1999.

_____. **Uma festa com sabor de lucro.** 07.09.1999.

_____. **7ª Expofloral é projetada para ser o mais importante evento de São Roque.** 23.09.1999.

_____. **7ª Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos: um evento encantador que valoriza São Roque.** 02.10.1999.

_____. **Último Final de Semana da 7ª Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos.** 16.10.1999.

_____. **Festa das Alcachofras, Flores, Vinhos e Produtos Orgânicos de São Roque.** 25.09.2000.

_____. **Expofloral: cresce o número de visitantes.** 07.10.2000.

_____. **Expofloral: último final de semana.** 14.10.2000.

_____. **Expofloral traz novos consumidores.** 14.10.2000.

_____. **Aproveite o último final de semana da Festa das Alcachofras, Flores, Vinhos e Produtos Orgânicos.** 31.10.2000.

_____. **9ª Expofloral começa dia 5.** 29.09.2001.

_____. **Começou a 9ª Expofloral.** 06.10.2001.

_____. **9ª Expofloral:** Alcachofras, flores e vinhos continuam atraindo visitantes. 13.10.2001.

_____. **Expofloral termina amanhã.** 20.10.2001.

_____. **9ª Expofloral recebe 10 mil visitantes.** 27.10.2001.

_____. **O que veio primeiro:** A Festa da Uva ou a Festa do Vinho de São Roque. 24.08.2002.

_____. **Expofloral comemora 10 anos.** 14.09.2002.

_____. **10ª Expofloral começa na sexta (4).** 28.09.2002.

_____. **18 mil pessoas visitaram a Expofloral.** 11.10.2002.

_____. **Expofloral/2003:** Visitada por cerca de 70.000 pessoas. 03.10.2003.

_____. **Expofloral deve atrair cerca de 40 mil pessoas nos últimos dias de festa.** 18.10.2003.

_____. **Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos tem show especial do Rádio Taxi.** 16.10.2004.

_____. **Festa das Alcachofras, Flores e Vinhos beneficia e divulga a cidade.** 30.10.2004.

_____. **13ª Expo São Roque divulga alcachofra, vinho, arte e história.** 08.10.2005.

_____. **Começou a 13ª Expo São Roque.** 08.10.2005.

_____. **3ª Expo São Roque – com alcachofras e vinhos divulga também potencial turístico local.** 15.10.2005.

_____. **Mais de 25 mil pessoas já prestigiaram a 3ª Expo São Roque.** 15.10.2005.

_____. **Expo São Roque tem opções de lazer e gastronomia para o Dia do Referendo.** 22.10.2005.

_____. **Expo São Roque: objetivos alcançados.** 29.10.2005.

_____. **Expo São Roque espera receber bom público nesse fim de semana.** 14.10.2006.

_____. **14ª Expo São Roque – a festa continua Competência e Organização.** 21.10.2006.

_____. **17ª Expo São Roque inicia com recorde de público.** 16.10.2009.

_____. **18ª Expo São Roque conquista o público durante o feriado prolongado.** 15.10.2010.

_____. **Com produção de 3 mil litros de vinho, a cidade se prepara para mais uma Expo São Roque.** 23.09.2011.

_____. **19ª Expo São Roque agradou turistas de várias partes do Estado e mais uma vez destacou o nome do município.** 04.11.2011.

_____. **Luiza Possi faz show da abertura da 19ª Expo São Roque.** 04.11.2011.

_____. **Em homenagem a Portugal, 20ª Expo São Roque começa no dia 12 de outubro.** 21.09.2012.

_____. **20ª Expo São Roque começa na próxima sexta-feira e promete feriado agitado na cidade.** 11.10.2012.

_____. **Escola de samba Vai-Vai agita a 20ª Expo São Roque.** 26.10.2012.

_____. **20ª Expo São Roque sedia o lançamento do Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia do Instituto Federal de São Paulo – campus São Roque.** 19.10.2012.

_____. **20ª Expo São Roque conquista público com tematização em homenagem ao Ano de Portugal no Brasil.** 15.11.2012.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **São Roque tirou da videira a seiva para o progresso.** 28.05.1965.

_____. **São Roque uma cidade de Festa.** ?.07.1965.

_____. **Em São Roque, a Feira do Vinho.** 17.07.1981.

_____. **A Feira do Vinho será iniciada em São Roque.** 09.07.1983.

_____. **São Roque festeja o seu vinho tradicional.** 13.07.1984.

_____. **Na Festa S. Roque vende vinho barato.** 11.09.1988.

_____. **S. Roque dá opinião sobre festividade.** 30.05.1991.

_____. **Feira de flores começa hoje em São Roque.** 30.09.1995.

O REPÓRTER AGRÍCOLA. **Um viticultor que honra o Brasil.** 30.07.1960.

PÉREZ, X. P. **Turismo Cultural:** uma visão antropológica. 2.ed. Colección Pasos. Teneffe, Espanha: Asociación Canaria de Antropología, 2009.

RENZO, A. **Entrevista.** São Roque, 14 de setembro de 2013. MP3, 1h18 min.

RIBEIRO, L. A tradição jogada no lixo. *In:* **O DEMOCRATA**, 01.08.1987.

ROMERO, L. A. B. **A vitivinicultura no Estado de São Paulo (1880-1950).** 2004. 233f. Dissertação de Mestrado (História Econômica) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

ROSA, V.; MELLO, C. Santo de Casa não faz milagres. *In:* **JORNAL DA ECONOMIA**, 05.08 1998.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável.** 3.ed. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, D. V. M.; SOLHA, K. T. (Orgs.). **Planejamento Turístico.** 2.ed. São Paulo, SP: Manole, 2006.

SANCHES. Outras palavras. *In:* **O DEMOCRATA**, 01.08.1987.

SANDRONI, P. **Novíssimo Dicionário de economia.** São Paulo, SP: Best Seller, 1999.

SANTIAGO, L. R. **A imigração italiana e portuguesa no contexto do desenvolvimento da indústria vinícola de São Roque e Região.** 2008. 41f. Trabalho de Conclusão de Curso (licenciatura em História) – Departamento de Educação, Universidade Nove de Julho, São Paulo, SP, 2008.

SANTOS, G. E. O. **Cálculo amostral:** calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 29.07.2013.

SANTOS, J. S. **São Roque de Outrora.** Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo, volume XXXVII, 1939.

SANTOS, P. S. Principais fatos da Cronologia local. *In:* LIMA, V.; VILLANI, A. (Orgs.). **3º Centenário de São Roque:** documentário ilustrado. São Paulo, SP: Atlas dos Municípios, 1957.

_____. **Histórico do Município de São Roque.** 1957.

_____. **História de São Roque.** 1972.

_____. Histórico da vinicultura em São Roque. *In: O CRUZEIRO DO SUL*, 29.07.1972.

_____. História Recente: O recinto da Festa do Vinho. *In: O DEMOCRATA*. 06.09.1975.

SÃO PAULO, Secretaria de Turismo do Governo do Estado de. **Estâncias.** Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/dade/estancias.html>>. Acesso em: 13.05.2014.

SÃO ROQUE. **335 anos.** 1992.

_____. **Histórico do Turismo em São Roque e Calendário de Eventos Recreativos, Esportivos e Culturais.** Prefeitura da Estância Turística de São Roque, São Roque, SP, 1992.

_____. **Lei n. 2.038**, de 19 de agosto de 1993. São Roque, SP, 1993.

_____. **VITIVINICULTURA EM SÃO ROQUE.** 1995.

_____. **A nossa cidade.** Disponível em: <<http://www.saoroque.sp.gov.br/portal/cidade>>. Acesso em: 29.07.2013.

SAVOLDI, A. A reconstrução da italianidade no sul do estado de Santa Catarina. *In: BARRETO, M.; BANDUCCI Jr, A. (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica.* Campinas, SP: Papirus, 2001. p.89-116.

SILVA, S. C.; BRAGA FILHO, H. Turismo e desenvolvimento local: o turismo de negócios como possibilidade para o desenvolvimento econômico de Franca. *In: III Fórum de Estudos Multidisciplinares, X Encontro de Pesquisadores e III Congresso de Iniciação Científica*, 2010, Franca. **Caderno de Resumos X Encontro de Pesquisadores.** Franca, 2010.

SILVEIRA, A. **Projeto Memória:** O retrato de São Roque no século XX. v.1. São Roque, SP: Samber Editoração Gráfica Ltda, 1989.

SINDUSVINHO, 2013. **Quem Somos.** Disponível em: <<http://www.sindusvinho.com.br/>>. Acesso em: 20.09.2013.

SIQUEIRA, H. S. G. **Jean Baudrillard: importância e contribuições pós-modernas.** Caderno MIX - Diário de Santa Maria, Santa Maria RS, 01.04.2007.

SOUZA, J. S. I. A viticultura em São Roque. *In: LIMA, V.; VILLANI, A. (Orgs.). 3º Centenário de São Roque: documentário ilustrado.* São Paulo, SP: Atlas dos Municípios, 1957.

TOLEDO, O. Z. Vinificação. *In*: LIMA, V.; VILLANI, A. (Orgs.). **3º Centenário de São Roque**: documentário ilustrado. São Paulo, SP: Atlas dos Municípios, 1957.

TOMAZELA, J. M. Crise afeta a viticultura de São Roque. *In*: **O ESTADO DE SÃO PAULO**. 21.07.1985.

_____. São Roque muda para atrair turistas. *In*: **O ESTADO DE SÃO PAULO**. 13.06.1990.

TORRES, F. R. **A Fazenda Geral dos Jesuítas e o monopólio da passagem do Cubatão 1553 – 1748**. 2008. 108f. Dissertação de Mestrado (História Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

VILLA, M. Obrigado Prefeito Mario Luiz por tentar encontrar solução para a Festa do Vinho. *In*: **O DEMOCRATA**, 08.08.1987.

ZANIRATO, S. H.; RIBEIRO, W. C. **Patrimônio cultural**: a percepção da natureza como um bem não renovável. *In*: Revista Brasileira de História. São Paulo, v.26, n.51, jan-jun, 2006, p.251-262.

APÊNDICE I – Modelo de formulário (Residentes)

Questionário Residentes

- | | |
|--|---|
| <p>1) Onde você mora? _____</p> <p>2) Qual sua idade? _____</p> <p>3) Com quem você veio à festa?
 () Sozinho () Amigos
 () Familiares () Excursão</p> <p>4) Você veio em edições anteriores?
 () Não, é a primeira vez
 () Sim Quantas? _____</p> <p>5) Qual foi sua principal motivação para vir a festa este ano? (PRINCIPAL MOTIVO)

 _____</p> <p>6) O que você veio fazer na festa este ano? (ATIVIDADES)
 () Encontrar amigos
 () Comprar Vinho
 () Comprar Alcachofras
 () Comprar Flores
 () Comprar Artesanatos
 () Conhecer São Roque
 () Consumir A&B
 () Degustar
 () Outros: _____</p> <p>7) Na sua opinião, quais os pontos altos e baixos da festa?</p> | <p>8) A Expo São Roque 2013 atendeu às suas expectativas?
 () Sim
 () Não
 () Parcialmente</p> <p>9) O que você não esperava encontrar na Expo? (ALGO QUE SURPREENDEU)

 _____</p> <p>10) Você pretende voltar a festa este ano?
 () Sim () Não
 Porque? _____
 E em outros anos? () Sim () Não</p> <p>11) Com que imagem de São Roque você sai da Expo São Roque 2013?

 _____</p> <p>12) Você acha que isso corresponde à realidade? () Sim () Não</p> |
|--|---|

APÊNDICE II – Modelo de formulário (Turistas)

Questionário Turistas

- 1) Onde você mora? _____
- 2) Qual sua idade? _____
- 3) Com quem você veio à festa?
 - () Sozinho () Amigos
 - () Familiares () Excursão
- 4) Você veio em edições anteriores?
 - () Não, é a primeira vez
 - () Sim Quantas? _____
- 5) Como você ficou sabendo da festa?
 - () TV ou Rádio
 - () Revistas e Jornais
 - () Outdoors
 - () Amigos e familiares
 - () Guias, cartazes e folhetos turísticos
 - () Guia de turismo/ líderes de excursão
 - () Internet/ site
 - () Sinalização
 - () Trabalho
 - () Outros: _____
- 6) Qual foi sua principal motivação para vir a festa este ano? (PRINCIPAL MOTIVO)

- 7) O que você veio fazer na festa este ano? (ATIVIDADES)
 - () Encontrar amigos
 - () Comprar Vinho
 - () Comprar Alcachofras
 - () Comprar Flores
 - () Comprar Artesanatos
- () Conhecer São Roque
- () Consumir A&B
- () Degustar
- () Outros: _____
- 8) Na sua opinião, quais os pontos altos e baixos da festa?

- 9) A Expo São Roque 2013 atendeu às suas expectativas?
 - () Sim () Não () Parcialmente
- 10) O que você não esperava encontrar na Expo? (ALGO QUE SURPREENDEU)

- 11) Você pretende voltar a festa este ano?
 - () Sim () Não
 Porque? _____

E em outros anos? () Sim () Não
- 12) Baseado no que viu na Festa, você gostaria de voltar para conhecer melhor a cidade de São Roque?
 - () Sim () Não
- 13) Com que imagem de São Roque você sai da Expo São Roque 2013?

APÊNDICE III – Síntese da evolução cronológica dos eventos

Quadro 15 – Síntese da evolução cronológica dos eventos

(continua)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1942	Uva e vinho	I Festa da Uva e do Vinho de São Roque	Janeiro	Largo dos Mendes	Rotary Club
1947	Uva	I Festa da Vindima	Janeiro	Praça da Matriz	Rotary Club
1948	Uva	II Festa da Vindima	Janeiro	Praça da Matriz	Rotary Club
1952	Vinho	II Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Prefeitura de São Roque
1953	Vinho	III Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Prefeitura de São Roque
1954	Vinho	IV Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Prefeitura de São Roque
1955	Vinho	V Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Prefeitura de São Roque
1956	Vinho	VI Festa do Vinho de São Roque	Outubro	Largo dos Mendes	Prefeitura de São Roque
1957	Vinho	VII Festa do Vinho de São Roque	Agosto	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
Suspenso					
1959	Vinho	VIII Festa do Vinho de São Roque	Outubro	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1960	Vinho	IX Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1961	Vinho	X Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1962	Vinho	XI Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1963	Vinho	XII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1964	Vinho	XIII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1965	Vinho	XIV Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1966	Vinho	XV Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1967	Vinho	XVI Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1968	Vinho	XVII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Largo dos Mendes	Comissão Organizadora
1969	Vinho	XVIII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1970	Vinho	XIX Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1971	Vinho	XX Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1972	Vinho	XXI Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1973	Vinho	XXII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1974	Vinho	XXIII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1975	Vinho	XXIV Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1976	Vinho	XXV Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1977	Vinho	XXVI Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1978	Vinho	XXVII Festa do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1979	Vinho	1ª Feira do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Prefeitura de São Roque
1980	Vinho	2ª Feira do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Prefeitura de São Roque
1981	Vinho	3ª Feira do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Prefeitura de São Roque e Comissão Organizadora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1982	Vinho	4ª Feira do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1983	Vinho	5ª Feira do Vinho de São Roque	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Comissão Organizadora
1984	Vinho	Festa do Vinho – 84	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Sociedade Civil e Comissão Organizadora
1985	Vinho	Festa do Vinho – 85	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Sociedade Civil e Comissão Organizadora
1986	Vinho	Festa do Vinho – 86	Julho	Recinto Dr. Julio Prestes	Sociedade Civil e Comissão Organizadora
1987	Vinho	Festa do Vinho – 87	Setembro	Recinto Dr. Julio Prestes	Sociedade Civil e Comissão Organizadora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1988	Vinho	Festa do Vinho – 88	Setembro	Recinto Dr. Julio Prestes	Sociedade Civil e Comissão Organizadora
Suspendido					
1993	Flores e Alcachofras	1ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Centro Cultural Brasital	Prefeitura de São Roque
1994	Flores e Alcachofras	2ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Centro Cultural Brasital	Prefeitura de São Roque
1995	Flores, Alcachofras e Vinhos	3ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Centro Cultural Brasital	Aproflora
1996	Flores, Alcachofras e Vinhos	4ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Centro Cultural Brasital	Prefeitura de São Roque e Aproflora

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
1997	Flores, Alcachofras e Vinhos	5ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Prefeitura de São Roque
1998	Flores, Alcachofras e Vinhos	6ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Prefeitura de São Roque
1999	Flores, Alcachofras e Vinhos	7ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Prefeitura de São Roque
2000	Alcachofras, Flores, Vinhos e Produtos Orgânicos	8ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Prefeitura de São Roque
2001	Flores, Alcachofras e Vinhos	9ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Prefeitura de São Roque

(continuação)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
2002	Flores, Alcachofras e Vinhos	10ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Santa Casa de Misericórdia de São Roque
2003	Flores, Alcachofras e Vinhos	11ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Santa Casa de Misericórdia de São Roque
2004	Flores, Alcachofras e Vinhos	12ª Exposição de Flores e Alcachofras	Outubro	Recanto da Cascata	Centro de Ação Social da Prefeitura de São Roque
2005	Alcachofras e Vinhos	13ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2006	Alcachofras e Vinhos	14ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2007	Alcachofras e Vinhos	15ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho

(conclusão)

Ano	Produto (s) principal (is)	Nome	Mês	Local	Organização
2008	Alcachofras e Vinhos	16ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2009	Alcachofras e Vinhos	17ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2010	Alcachofras e Vinhos	18ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2011	Alcachofras e Vinhos	19ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2012	Alcachofras e Vinhos	20ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho
2013	Alcachofras e Vinhos	21ª Expo São Roque	Outubro	Recanto da Cascata	Sindusvinho

Fonte: Elaborado pela autora (2015)