



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS

Campus Anápolis de Ciências Sócio-Econômicas e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência Sociais e Humanidades
Territórios e Expressões Culturais no Cerrado (TECCER)

DILCELI TREVIZAN KÖHLER

A PRESENÇA ITALIANA NO CERRADO:

Festival de Nova Veneza (GO)

ANÁPOLIS (GO)

Abril / 2018

DILCELI TREVIZAN KÖHLER

A PRESENÇA ITALIANA NO CERRADO:

Festival de Nova Veneza (GO)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Territórios e Expressões Culturais no Cerrado TECCER, da Universidade Estadual de Goiás, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais e Humanidades, na área Interdisciplinar, linha de pesquisa Saberes e Expressões Culturais do Cerrado.

Orientadora: Profa. Dra. Maria de Fátima Oliveira.

Coorientadora: Profa. Dra. Maria Idelma Vieira D'Abadia.

ANÁPOLIS (GO)

Abril / 2018

Ficha catalográfica

K87p	<p>Köhler, Dilceli Trevizan. A presença italiana no cerrado [manuscrito] : Festival de Nova Veneza (GO) / Dilceli Trevizan Köhler - 2018. 173f : il.</p> <p>Orientadora: Profª. Drª. Maria de Fátima Oliveira. Coorientadora: Profª. Drª. Maria Idelma Vieira D'Abadia. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Territórios e Expressões Culturais no Cerrado). Universidade Estadual de Goiás, Campus de Ciências Socioeconômicas e Humanas, Anápolis, 2018.</p> <p>Inclui bibliografia.</p> <p>1. Imigração italiana - Nova Veneza(GO). 2. Turismo cultural e gastronômico - Goiás(Estado). 3. Híbrido cultural - Festival gastronômico - Nova Veneza(GO) . 4. Dissertações - PPG- TECCER - CCSEH/UEG. I. Oliveira, Maria de Fátima. II. D'Abadia, Maria Idelma Vieira. III. Título. CDU 314.742(817.3Nova Veneza)(043.3)</p>
------	---

Elaborada por Aparecida Marta de Jesus Fernandes
Bibliotecária/UEG/CCSEH
CRB1/2385

DILCELI TREVIZAN KÖHLER

A PRESENÇA ITALIANA NO CERRADO:

Festival de Nova Veneza (GO)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Territórios e Expressões Culturais no Cerrado TECCER, da Universidade Estadual de Goiás, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais e Humanidades, na área Interdisciplinar, linha de pesquisa Saberes e Expressões Culturais do Cerrado.

Orientadora: Profa. Dra. Maria de Fátima Oliveira.

Coorientadora: Profa. Dra. Maria Idelma Vieira D'Abadia.

Banca Examinadora

Prof (a). Dr. (a). Maria de Fátima Oliveira
Presidente / UEG-TECCER

Prof (a). Dr. (a). Milena d'Ayala Valva
Membro / UEG-TECCER

Prof (a). Dr. (a). Maria do Espirito Santo Rosa Cavalcante Ribeiro
Membro / PUC

Prof (o). Dr.(o). Eliézer Cardoso de Oliveira
Suplente/ UEG-TECCER

Anápolis, 10 de abril de 2018.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter-me dado a vida e a esperança em seguir em frente e minha família pela compreensão.

À minha orientadora, pela paciência, confiança e principalmente pelas árduas leituras e considerações.

Às professoras Dr. (a). Milena d’Ayala Valva e Dr. (a). Maria do Espírito Santo Rosa Cavalcante Ribeiro da PUC, que contribuíram para a construção da pesquisa com orientação e indicações de leitura.

À FAPEG, pela concessão da bolsa de pesquisa, que foi de fundamental importância para o desenvolvimento da dissertação.

À secretária do mestrado TECCER, Débora Salerno com seu comprometimento e disponibilidade para tentar resolver situações de dificuldades que se apresentaram durante o período do mestrado por mim percorrido como mestranda.

Ao Centro de Documentos (CEDOC) da Universidade Estadual de Goiás, a atenção dispensada a mim como mestranda na busca de informações que colaborassem com a construção da pesquisa.

Aos professores, e colegas do mestrado, que indiferentemente com pesquisa ou diversão, contribuíram para que esta etapa da minha vida se concluísse.

Aos moradores de Nova Veneza (GO), que colaboraram com a pesquisa, seja por meio de entrevista, ou orientação em onde buscar as informações. Assim como Associação de Amigos de Nova Veneza – AMIZA, que contribuiu com material de seu acervo iconográfico. Aos colaboradores e turistas do festival com a contribuição em participar da pesquisa por meio de entrevistas realizadas no ano de 2017. Aos funcionários públicos da prefeitura de Nova Veneza e a Câmara Municipal desta cidade, as informações obtidas foram relevantes durante a pesquisa de campo.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Festas ítalo-brasileiras	78
--	----

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Propaganda do Brasil, distribuída na Europa.....	25
Ilustração 2 – Mapa da Itália em 1494, antes da unificação.....	26
Ilustração 3 – Emigrantes para o Brasil, por província da Itália.	31
Ilustração 4 – Gráfico da Imigração Espontânea X Imigração Subsidiada	35
Ilustração 5 – Fragmentos do Jornal do Correio de Anápolis - Lei da Colonização.....	42
Ilustração 6 – Carta da American Chamber of Commerce for Brasil	45
Ilustração 7 – Localização de Nova Veneza no mapa político do estado de Goiás	48
Ilustração 8 – Mapa com rodovias de acesso a Nova Veneza (GO).....	49
Ilustração 9 – Mapa de Nova Veneza (GO) via satélite	50
Ilustração 10 – Mapa da região de Vêneto na Itália	51
Ilustração 11 – Certidão de Desembarque da família Luigi Stival.....	52
Ilustração 12 – Regiões cafeeiras nos séculos XVIII e XIX	54
Ilustração 13 – Propaganda em jornal d’A Rainha da Barateza	56
Ilustração 14 – Brasões das famílias de imigrantes italianos que constituíram Nova Veneza (GO).....	60
Ilustração 15 – Planta da cidade de Nova Veneza (GO)	61
Ilustração 16 – Mapa de Nova Veneza (GO) em 2017.....	62
Ilustração 17 – Lei nº 19.278 - Dia Estadual da Tradição Italiana.....	64
Ilustração 18 – Ponte construída na Praça de Nova Veneza (GO): Alusão às pontes de Veneza na Itália	72
Ilustração 19 – Portal de entrada de Nova Veneza (GO)	73
Ilustração 20 – Preparação para o Baile de Carnaval de Veneza no Festival Italiano	76
Ilustração 21 – Grupo de dança com traje de época e mascarados.....	77
Ilustração 22 – Casarão da família Stival	84
Ilustração 23 – Nova Veneza (SC): Casa de pedra da Família Bratti	85
Ilustração 24 – Grupo de Dança Folclórica Ítalo Brasileiro de Nova Veneza (SC).....	91
Ilustração 25 – Interação de Turistas, visitantes e comunidade.	100
Ilustração 26 – Prato da culinária italiana - macarrão ao molho comercializado no festival .	102
Ilustração 27 – Prato da culinária italiana – Polenta com almondegas – comercializado no Festival	103
Ilustração 28 – Mapa turístico de Goiás	105
Ilustração 29 – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza	113
Ilustração 30 – Layout das Tendas na Praça Matriz João Stival	114
Ilustração 31 – Layout – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza.....	114
Ilustração 32 – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO)	116

Ilustração 33– Cavalgada de encerramento do 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO).....	119
Ilustração 34 – Panfleto do 2º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza	122
Ilustração 35 – Panificadora móvel do SENAI, no Festival Italiano.....	123
Ilustração 36 – Decoração da Cantina da Nonna no 2º Festival.....	124
Ilustração 37 – <i>Lay-out</i> do 3º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza	126
Ilustração 38 – Imagens da decoração do 4º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza	127
Ilustração 39 – Divulgação da 5ª edição do Festival Italiano.....	129
Ilustração 40 – Imagens da estrutura da 5ª edição do Festival	130
Ilustração 41 – Reportagem impressa - Jornal de Nerópolis ano de 2010	131
Ilustração 42 – Layout do evento na sua 6ª edição do Festival Italiano em 2010	132
Ilustração 43 – Programação 7º Festival Italiano	133
Ilustração 44 – 8º Festival Italiano e centenário da imigração em Nova Veneza.....	134
Ilustração 45 – Layout da 12ª edição do Festival Italiano – Em construção, sem o prolongamento na avenida principal.....	135
Ilustração 46 – Festival Italiano de 2017 – Organização Prefeitura Municipal e AFESTI....	136
Ilustração 47 – Rupturas e continuidades do Festival Italiano em suas 13 edições	138
Ilustração 48 – Panfleto de novo condomínio residencial em Nova Veneza (GO).....	146
Ilustração 49 – Placa de acesso a outro condomínio em Nova Veneza (GO)	146
Ilustração 50 – Baile Carnaval de Veneza durante o 13º Festival Italiano.....	149
Ilustração 51 – Fonte luminosa na Praça João Stival em fase final de construção.....	150

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos de turismo	94
Quadro 2 – Quadro de segmentos do mercado turístico.....	98
Quadro 3 – Algumas concepções de Festa	108

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estatística do povoamento no Brasil – Imigração total – Períodos anuais	24
Tabela 2 – Estimativa de italianos que entraram e saíram do Brasil nos séculos XIX e XX...25	
Tabela 3 – Imigração italiana: 1870-1970.....	30
Tabela 4 – Emigração italiana para o Brasil, segundo as regiões de procedência – período 1876-1920.....	32
Tabela 5 – Nacionalidades dos imigrantes em Goiás - Censos de 1872 a 1980.....	38

RESUMO

O presente estudo investiga a relevância do Festival Italiano de Nova Veneza (GO) como uma nova manifestação cultural no estado de Goiás, buscando compreender se a cultura italiana em Nova Veneza (GO) está presente no cotidiano dos moradores, ou se a apropriação do festival serviu apenas para fomentar a construção de uma imagem para a promoção do município, por meio do *city marketing*. Os objetivos propostos para a efetivação da pesquisa são os seguintes: verificar se o Festival Italiano, fenômeno do hibridismo cultural, pode ser visto também como uma tradição inventada, ou um *pastiche* de outras festas ítalo-brasileiras; analisar a história e a organização do Festival Italiano, apontando as rupturas e continuidades na construção de uma imagem ou do *City Marketing* para promoção de Nova Veneza (GO); e identificar a contribuição do Festival Italiano para o desenvolvimento do turismo local e regional. Pode-se afirmar que este evento representa o hibridismo cultural, expresso principalmente por meio da gastronomia, da dança e da música. A cidade faz parte do Circuito Gastronômico do Estado, recebendo um público considerável por ocasião do festival, onde são evidenciadas as peculiaridades dessa expressão cultural, contribuindo tanto para o fortalecimento do turismo quanto para o desenvolvimento da economia local. Na contemporaneidade, pequenas cidades têm buscado na atividade turística, em conjunto com o *city marketing*, se desenvolver a partir da construção de uma imagem que identifique ou faça referências às singularidades locais para fomentar o turismo dentro do município, ou seja, a realização deste evento pode ser vista como um modo de apoderar-se de estratégias de *marketing* para impulsionar o desenvolvimento local, econômica e socialmente, visando impulsionar a geração de emprego e a renda no município por meio do turismo. Essa promoção da imagem de um lugar é perceptível em Nova Veneza (GO) por meio de seu Festival Italiano. O estudo está dividido em três capítulos, nos quais são abordados, inicialmente, os fatos históricos sobre a imigração italiana para o Brasil, a presença dos italianos e de outros imigrantes no estado de Goiás, e sua chegada à região de Nova Veneza (GO); em seguida, o festival italiano é analisado na perspectiva do hibridismo cultural, do patrimônio local e da criação de um produto turístico; e por último, procede-se a uma análise da história do festival italiano, mostrando suas rupturas e continuidade, e o poder do *city marketing* na construção da imagem do festival.

Palavras-chave: Turismo cultural e gastronômico, Hibridismo cultural, Festival italiano, Nova Veneza (GO).

ABSTRACT

This research investigates the relevance of the Italian Festival of Nova Veneza as a new cultural manifestation in the state of Goiás. It aims to understand if Italian culture is present in the daily life of Nova Veneza citizens, or if the festival only works as a way to create an image of the city through city marketing. The goals proposed for this research are the following: comprehend if the Italian Festival, a phenomenon of cultural hybridism, may be seen as an invented tradition or as a *pastiche* of another Italian-Brazilian festival; analyze the festival's history and organization, pointing out the ruptures and continuities in building an image or the City Marketing to promote the city; and identify the festival role in the development of the local and regional tourism. It is possible to affirm that this event represents the cultural hybridism expressed mainly through gastronomy, the dance and the music. The city is member of the State Gastronomic Circuit and gathers a considerable amount of people for the festival in which they express the peculiarities of this cultural expression what contributes for both the strengthening of tourism and the development of the local economy. In the past years, it's noticeable that small cities have been looking for ways of development by building an image that identify or references the local singularities through the tourism and the city marketing. It means the festival may be seen an attempt to use city marketing strategies to impulse the local development both socially and economically seeking to foment the creation of jobs and the increase of income in the city, through tourism. This research is distributed in three chapters in which it is discussed the historical facts about the Italian immigration to Brazil, the presence of the Italian people and other immigrants in the of Goiás and their arrival to the city of Nova Veneza; then the Italian festival is analyzed in the perspective of cultural hybridism, the local patrimony and the creation of a tourist product; and finally, it describes the historical analysis of the Italian festival pointing out its ruptures and continuities, and the power of city marketing in building the image of the festival.

Keywords: cultural and gastronomic tourism, cultural hybridism, Italian festival, Nova Veneza (GO).

RESUMEN

El presente análisis investiga la pertinencia del Festival Italiano de Nova Veneza (GO) como una nueva manifestación cultural en el estado de Goiás, buscando comprender si la presencia de la cultura italiana en Nova Veneza (GO) puede ser visible en el cotidiano de esta ciudad, o si la apropiación del festival sirvió sólo para la construcción de una imagen para la promoción del municipio, a través del *city marketing*? Los objetivos propuestos para la actualización de la investigación son los siguientes: comprobar si el Festival Italiano, fenómeno del hibridismo cultural, puede ser visto también como una tradición inventada, o un *pastiche* de otras fiestas ítalo-brasileñas; analizar la historia y la organización del Festival Italiano, apuntando las rupturas y continuidades en la construcción de una imagen o del *City Marketing* para la promoción de Nova Veneza (GO), y identificar la contribución del Festival Italiano para el desarrollo del turismo local y regional. Se puede afirmar que este evento representa el hibridismo cultural, expreso principalmente a través de la gastronomía, de la danza y de la música. La ciudad hace parte del Circuito Gastronómico del Estado, recibiendo un público considerable por la ocasión del festival, en el cual se evidencia las peculiaridades de esa expresión cultural, contribuyendo tanto para el fortalecimiento del turismo cuanto para el desarrollo de la economía local. En la contemporaneidad, pequeñas ciudades tienen buscado en la actividad turística, en conjunto con el *city marketing*, desarrollarse a partir de la construcción de una imagen que identifique o haga referencias a las singularidades locales para promover el turismo dentro del municipio, o sea, la realización de este evento es un modo de apropiarse de la estrategia de *marketing* para impulsar el desarrollo local, económica y socialmente, objetivando impulsar la generación del empleo y la renta en el municipio a través del turismo. Esa promoción de la imagen de un sitio es notable en Nova Veneza (GO) a través del Festival Italiano. El análisis está dividido en tres capítulos, en los cuales se enfocan, inicialmente los hechos históricos a cerca de la inmigración italiana para el Brasil, la presencia de los italianos y de otros inmigrantes en estado de Goiás, y su llegada a la región de Nova Veneza (GO), a continuación, discurre a cerca del festival italiano en la perspectiva del hibridismo cultural, del patrimonio local y de la creación de un producto turístico, y concluye con el análisis de la historia del festival italiano, sus rupturas y continuidades, y el poder del *city marketing* en la construcción de la imagen del festival.

Palabras-clave: Turismo cultural y gastronómico, Hibridismo cultural, Festival italiano, Nova Veneza (GO).

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1º CAPÍTULO – DA ITÁLIA À NOVA VENEZA (GO)	21
1.1. BRASIL: TERRA DOS SONHOS PARA OS ITALIANOS	22
1.2. IMIGRANTES E IMIGRANTES ITALIANOS EM GOIÁS	36
1.3. DO SONHO À REALIDADE: IMIGRANTES ITALIANOS EM NOVA VENEZA (GO).....	48
2º CAPÍTULO – O FESTIVAL ITALIANO: HIBRIDISMO CULTURAL, PATRIMÔNIO E TURISMO	65
2.1. FESTIVAL ITALIANO: DO HIBRIDISMO CULTURAL A UMA TRADIÇÃO INVENTADA OU <i>PASTICHE</i> ?	66
2.2. PATRIMÔNIO E MEMÓRIA NO FESTIVAL ITALIANO	83
2.3. UM PRODUTO TURÍSTICO EM NOVA VENEZA (GO)	94
3º CAPÍTULO – O FESTIVAL ITALIANO EM TERRAS CERRATENSES	106
3.1. FESTIVAL DE ITALIANOS, PARA ITALIANOS OU SOBRE ITALIANOS?.....	107
3.2. RUPTURAS E CONTINUIDADES NO FESTIVAL ITALIANO	121
3.3. FESTIVAL ITALIANO NO CERRADO: O <i>CITY MARKETING</i> NA CONSTRUÇÃO DE UMA IMAGEM PARA A CIDADE DE NOVA VENEZA (GO)	139
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	152
REFERÊNCIAS	157
ANEXOS	167
ANEXO I - LISTA DE ENTREVISTADOS	168
ANEXO II – RECEITA DO MACARRÃO AO MOLHO DE PEQUI.....	169
ANEXO III – UM PEDAÇO DA ITÁLIA NO INTERIOR DE GOIÁS – MIDIA DIVULGANDO O FESTIVAL. 170	
ANEXO VI – LEI N. 799 - TERMO DE CONVÊNIO ENTRE PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA VENEZA E AMIZA.....	172
ANEXO V – DE TRABALHO VOLUNTÁRIO A TRABALHO REMUNERADO NO FESTIVAL.....	173

INTRODUÇÃO

Esta dissertação se propõe analisar o evento denominado Festival Italiano de Nova Veneza (GO), município localizado na região do Centro-Oeste brasileiro. A cidade recebeu imigrantes italianos no início do século XX e há mais de uma década vem realizando esse festival.

O que é o Festival Italiano de Nova Veneza? Este festival teve início por meio da Associação dos Amigos de Nova Veneza (AMIZA)¹ em parceria com a Prefeitura Municipal de Nova Veneza, com a proposta de preservar traços da cultura italiana, inseridos pelos imigrantes que nesta região se estabeleceram, bem como desenvolver o turismo para gerar emprego e renda para os moradores locais. Sua primeira edição ocorreu em novembro de 2003 em comemoração ao 45º aniversário de emancipação política desta cidade. Sua realização ocorreu em espaço público na Praça João Stival de frente a Igreja Matriz, permanecendo em dias atuais, mas em proporções ampliadas. Este evento é aberto ao público, e conta com infraestrutura de tendas e quiosques para atender visitantes e turistas para o almoço e jantar, bem como, apresentações culturais, jogos esportivos e artesanato, fornecem alimentos de ambas às culturas (italiana e goiana). Todo o planejamento e organização desta festividade no período de 2003 a 2016 foram administrados pela AMIZA, entre anos de 2007 e 2008 não houve realização do evento. Já para o ano de 2017 com nova administração o 13º Festival Italiano foi realizado pela Associação Veneziana Pró Festival Italiano – AFESTI, com o apoio da prefeitura municipal, governo estadual e empresas privadas. Desse modo, a cidade se organiza para receber o público, atualmente no mês de junho durante quatro dias, cores da bandeira da Itália são pintadas em postes da cidade, bem como na fachada da prefeitura municipal, que se veste de forma temática. A estrutura da festa e sua decoração possuem aspectos da cultura italiana, distribuídas ao longo do espaço em que ocorre o evento.

Na contemporaneidade as mudanças impostas pela globalização² é uma consequência na tentativa de homogeneizar a sociedade, mas cada organização coletiva se edifica com

¹ Estatuto da AMIZA (2003): Associação civil, sem fins lucrativos que foi criado no ano de 2003, com a participação de descendentes e não descendentes de imigrantes italianos da comunidade local. A primeira presidente da associação foi a Sra. Sonea Maria Stival, e esta associação apresenta como objetivo proporcionar a comunidade veneziana a prática de esportes, atividades sociais de lazer e culturais, exceto pelo proselitismo religiosos e político.

² “A ‘globalização’ se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado” (MCCREW, 1992 *apud* HALL, 2005, p. 67).

culturas variadas e pela memória de distintos grupos ou indivíduos. Formada por culturas interligadas e agregadas entre si a sociedade demonstra o hibridismo cultural pelos traços das diferentes culturas, objetos, artefatos e práticas que se produzem. Ao se dedicar à História do tempo presente na construção do Festival Italiano desta cidade, em que se utiliza a memória para apresentar a retrospectiva do passado que se une ao presente, e, para se entender a presença da cultura italiana no Cerrado, se faz necessária a busca do passado dos imigrantes que se fixaram em Nova Veneza (GO). Delgado e Ferreira (2013, p. 23) relatam a necessidade de se buscar métodos cronológicos e de valorização dos períodos de rupturas, bem como fontes orais para revisar a significação que o passado tem no tempo presente.

Assim, este festival tem importante significado para o estado de Goiás, não apenas como um evento no qual a gastronomia³ e a cultura italiana estão presentes, mas como um novo atrativo turístico que faz parte do Circuito Gastronômico do Estado. O hibridismo cultural presente no Festival Italiano está diretamente relacionado às mudanças globais e sua adaptação às mesmas. Sob a perspectiva do hibridismo cultural, a pesquisa se propõe em analisar até que ponto a presença da cultura italiana em Nova Veneza (GO) é visível no cotidiano desta cidade, ou se somente foi construída uma imagem, por meio do festival, para promoção do município, com características de uma nacionalidade híbrida entre italianos e brasileiros (goianos)?

A partir desta problematização, surgem outros questionamentos: seria o Festival Italiano uma expressão do hibridismo cultural em terras cerratenses⁴? A criação deste festival seria somente uma consequência da globalização, tendo a edificação de uma imagem ou de um produto para comercialização e favorecimento do município? Como o Festival Italiano dinamiza a economia local? Como o estado de Goiás se apropria dessa expressão cultural para fortalecer o turismo no centro-oeste do país?

Esse estudo se justifica, em parte, pelo interesse da pesquisadora na cultura italiana, por ter descendência de imigrantes italianos da região sul do Brasil, onde essa concentração tem forte representatividade, além da participação por vários anos nas expressões culturais como a dança, indumentárias e a música em festas típicas italianas. O interesse no estudo desta festividade está também na constatação de que ela se apresenta como algo diferenciado

³ Para Ariovaldo Franco (1995), gastronomia é refinamento da culinária, percepção e apresentação de alimentos preparados. Culinária: domínio de técnicas de confecção de mantimentos com temperos e equipamentos para a cocção do alimento. *Gourmet*: é a gastronomia de alta qualidade, preparada com alimentos nobres ou com qualidade elevada.

⁴Cerratense: termo popularizado no vocabulário regional pelo historiador Paulo Bertran, e que tem sido recorrentemente utilizado para designar a identidade de personagens e de culturas tradicionais que habitam este importante bioma no Planalto Central do Brasil.

das outras manifestações culturais do centro-oeste do Brasil. Peculiar por situar em uma região não tão expressiva em receber imigrantes italianos nos séculos XIX e XX, como a região sul e sudeste do país. Por outro lado, a investigação sobre o festival torna-se relevante no sentido de trazer novos elementos de análise como o hibridismo cultural e o *city marketing*, que ajudam a entender o evento enquanto um produto turístico e não somente da perspectiva do patrimônio cultural ou da identidade cultural.

A importância da pesquisa está, também, na visibilidade turística e econômica que o Festival Italiano expressa, pois, embora seja uma manifestação cultural entre outras no estado de Goiás, ele possui relevância pela presença de traços de outra cultura, uma inovação pouco estudada nas manifestações presentes no Cerrado. É pertinente salientar que as pesquisas acadêmicas sobre expressões culturais da etnia italiana dedicam-se preferencialmente às regiões sudeste e sul do país.

O Festival Italiano de Nova Veneza (GO) tem fomentado o turismo cultural e gastronômico na região. A culinária italiana elaborada com frutos do Cerrado cria novos sabores e saberes, inserindo este município na rota do desenvolvimento da atividade turística. A cidade é conhecida como a primeira colônia italiana do estado de Goiás, segundo Bertazzo (1992), e a participação da comunidade local, entre descendentes ou não de imigrantes, compõe uma dinâmica híbrida na organização, execução e participação deste evento.

Com a efetivação desta pesquisa espera-se contribuir com um conhecimento sistematizado sobre o evento que representa uma expressão cultural híbrida, oriunda da Itália, que se desenvolveu no Brasil, mais precisamente no Cerrado goiano, promovido pelos descendentes ítalo-brasileiros⁵ e com a participação de não descendentes.

Portanto, este estudo tem como objetivos: verificar se o Festival Italiano, fenômeno do hibridismo cultural, pode ser visto como uma tradição inventada ou um *pastiche* de outras festas ítalo-brasileiras; analisar a história e a organização do Festival Italiano, apontando as rupturas e continuidades na construção de uma imagem ou do *city marketing* para promoção de Nova Veneza (GO); e identificar a contribuição do Festival Italiano para o desenvolvimento do turismo local e regional.

Para desenvolver esta pesquisa em que será analisado e compreendido o evento festivo, optou-se pela metodologia da pesquisa de campo, com a proposta de coletar informações que respondam a problemática apresentada ou a identificação de dados

⁵ Relativo ou pertencente à Itália e ao Brasil, a italianos e brasileiros. Quem tem ascendentes desses dois povos, descendentes de imigrantes italianos nascidos no Brasil ou vice-versa, segundo Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (2004).

relevantes associados ao Festival Italiano. Este método possibilita alcançar os objetivos primordiais desse estudo, citados anteriormente. Além disso, a história oral, para Meihy (1998) é um procedimento premeditado, que contribui para a interpretação da manifestação e de experiências vividas com o festival dentro da comunidade. De acordo com Meihy (1998, p. 24),

História oral é um conjunto de procedimentos que se iniciam com a elaboração de um projeto e continuam com a definição de um grupo de pessoas (ou colônia) a serem entrevistados, com o planejamento da condução das gravações, com a transcrição, com a conferência do depoimento, com a autorização para o uso, arquivamento e, sempre que possível, com a publicação dos resultados que devem, em primeiro lugar, voltar ao grupo que gerou as entrevistas.

A realização de entrevistas (gravadas, transcritas e arquivadas em banco de dados digital) possibilita a coleta de dados e informações que colaboram para a construção e entendimento da história do Festival Italiano. O projeto foi apresentado e aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP)⁶, pois a utilização de entrevistas com moradores e turistas no período do evento fez-se necessária. Ao selecionar os entrevistados utilizou-se o critério de inclusão: adultos com faixa etária de 20 a 100 anos, e como critério de exclusão a faixa etária de 00 a 19 anos. Sabendo que o município de Nova Veneza possuía uma população estimada para o ano de 2016 em 9.249 habitantes, segundo dados do IBGE⁷, a amostra calculada com base na população do referido ano. Para a definição da amostra utiliza-se o cálculo amostral⁸, sendo que se obteve o número de 25 participantes, a margem de erro está em 10% para uma confiabilidade das respostas em 90%, assim, como o percentual máximo de 10% para trabalhar com as variáveis categóricas, buscando a identificação dos dados necessários para o estudo. Essa amostra foi distribuída entre os moradores da cidade e os turistas, no período do Festival Italiano. Resta dizer que, embora se tenha realizado um total de 20 entrevistas, nem todas foram utilizadas. Optou-se por privilegiar as que demonstraram mais relevância ao atender os objetivos da dissertação, pois muitas se apresentaram inócuas, tendo assim, sido aproveitadas apenas para reforçar as informações já obtidas pelas entrevistas que mais completas se apresentaram. Também se utilizou de fontes iconográficas do acervo pessoal

⁶ Projeto submetido a Plataforma Brasil que enviou para o Comitê de Ética e Pesquisa do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás – IFG, que avaliou e aprovou o considerando o respeito pela dignidade humana e pela especial proteção devida aos participantes das pesquisas científicas envolvendo seres humanos. Projeto dando seu parecer com aprovado e dentro da Resolução 466 de 12 de dezembro de 2012.

⁷ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

⁸ SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>> Acesso em: 28 nov. 2016.

local para a compreensão de continuidades e rupturas que se apresentaram no festival ao longo do tempo.

A hipótese que direciona esta pesquisa é a de que o Festival Italiano de Nova Veneza (GO) é visto como um produto criado pelos descendentes de italianos juntamente com a gestão pública, na perspectiva de preservar traços da cultura italiana, mas que na verdade, o que prevalece, é seu caráter turístico. Questiona-se então, se esse evento não é um produto criado ou inventado com base em sua história de fundação para promover a cidade, com o objetivo de inseri-la no mercado turístico, gerando emprego e renda de forma temporária durante a realização do evento, concorrendo com manifestações tradicionais do Cerrado e incentivando o turismo cultural e gastronômico no estado. De todo modo, trata-se de uma nova expressão cultural a ser explorada.

Assim, o referencial teórico apoia-se na História Cultural, principalmente nos estudos de Burke (2003) e Cardoso (2008), no que se refere ao processo do hibridismo cultural. Esse é compreendido a partir dos encontros entre distintas culturas, que cooperam para a formação histórica e cultural deste município e suas relações sociais com o Festival Italiano, compreendidas a partir da coleta de dados para a interpretação desta manifestação. O festival, na condição de uma expressão da cultura italiana em terras cerratenses, gera artefatos e práticas híbridas, resultante da interação entre goianos e italianos.

Para Jameson (2006, p. 20), vivemos em uma sociedade capitalista com uma nova ordem econômica, o consumo em massa, ou seja, “A sociedade de consumo pós-industrial, de sociedade da mídia e do espetáculo, ou, ainda, de capitalismo multinacional”. Consome-se cópias e imitações de uma infinidade de artigos e objetos que estão presentes no cotidiano, a mídia incentiva o consumo em massa com o *marketing* das mercadorias, e seria essa a dinâmica do Festival Italiano, uma réplica de um festival gastronômico temático, com o consumo em massa da gastronomia e programação cultural.

Para Sánchez (2001), a transformação das cidades em mercadorias é consequência do mundo capitalista, consumista e do processo de globalização na contemporaneidade, uma tendência de transformação dos bens culturais em mercadorias, evidenciando os interesses políticos e mercadológicos e por vezes obliterando os costumes e valores da população local. Neste aspecto, aponta-se a criação do “Festival Italiano: Gastronomia e Cultura”, no qual a gestão pública identificou um potencial, como a imigração dos italianos e seus costumes, para desenvolver a economia local com a atividade turística. Assim, construiu-se uma imagem, um produto para vender a cidade, um artigo de consumo para turistas no período do evento e fora dele, incrementando e movimentando outros mercados como o imobiliário e o de negócios.

Desta forma, questiona-se, este festival estaria contribuindo para valorizar a cultura italiana em terras cerratenses ou se o mesmo é somente um produto inventado para atrair turistas.

Segundo Hobsbawm e Ranger (1997), a utilização das tradições para inventar novas tradições é algo comum, já que a tradição é um conjunto de práticas, em que o ritual e o simbólico representam valores e normas para a sociedade, tendo ligação com o passado representado no presente. Qual a parcela de tradição inventada que o Festival Italiano deste município possui ou seria somente uma imitação de tantas outras festas típicas ítalo-brasileiras que são realizadas no território nacional ou até mesmo uma ação do poder público com o *city marketing*, para “vender” a cidade como mercadoria.

O *city marketing* é uma ramificação do planejamento estratégico que surgiu na década de 1990, uma política estratégica de valorização das características mais importantes das cidades, tornando-a atrativa e competitiva. Uma ferramenta utilizada para o desenvolvimento e planejamento de cidades com peculiaridades turísticas, adquirindo uma centralidade no conjunto das novas políticas urbanas que, segundo Sánchez (2001), torna-se o principal instrumento para alavancar os diversos processos de promoção. Ações desenvolvidas na sociedade promovem a valorização local, o incremento econômico, atraindo novos investidores para a região, proporcionando desenvolvimento local e qualidade de vida aos moradores. Essa promoção do espaço geográfico local, regional ou global, é conhecida como *city marketing* ou *marketing* urbano. Para a valorização e promoção de Nova Veneza (GO), o poder público se utiliza da formação histórica desta cidade como potencial para incrementar a atividade turística com essa manifestação cultural.

As manifestações em suas distintas formas proporcionam o representar do passado no presente, evidenciando seus valores, costumes e cultura por meio das festas. Britto e Fontes (2002) afirmam que festa é um evento que soma as ações de planejamento execução e objetivos para se alcançar resultados estabelecidos junto ao seu público alvo. A Festa está no convívio coletivo fora do cotidiano, quando os sentimentos afloram em relação à manifestação dos valores e costumes representados nas celebrações. Amaral (1998) em sua tese intitulada *Festa à brasileira: Significados do festejar, no país que ‘não é sério*, apresenta a festa como um elemento fundamental na vida do brasileiro. Para compreender o festival, é necessário saber como se produz, qual sua finalidade e principalmente qual o significado desta festa para a sociedade que a realiza. Contudo, a autora conceitua a festa como algo renovador da vida cotidiana, uma fonte restauradora dos costumes e valores culturais da sociedade. No entanto, a festa seria uma forma de reduzir as diferenças entre as pessoas e a sociedade, estreitando essas diferenças no período de sua realização, uma mediação entre as

culturas e classes sociais, que nem sempre gera essa interação na sua totalidade.

Contudo, inicia-se essa pesquisa com a contribuição do historiador Bertonha (2005), explana sobre a história, a economia e os costumes dos italianos, apresentando a Itália no século XIX e XX em momentos de lutas constantes em distintas regiões de seu território na tentativa de unificação nacional. Explorando o contexto que coopera com a saída em massa da população deste país, vê-se que os italianos que imigraram, enfrentaram situações adversas para chegarem ao continente americano.

No Brasil, a política de imigração envolvia a abolição da escravatura e o processo de colonização territorial em distintas regiões do país - tendo como exemplo a pequena propriedade, na qual muitos imigrantes se consolidaram, formando colônias - e o embranquecimento da população. A antropóloga Seyferth (1990) contribui para o entendimento de como os imigrantes camponeses de origem italiana adaptaram seus costumes e hábitos alimentares e trouxeram junto a sua bagagem cultural e inserindo-a ao cotidiano em terras brasileiras.

As historiadoras Hutter (1987), Araújo e Cardoso (1987) apresentam dados estimados da quantidade de imigrantes italianos que adentraram em território brasileiro, que no século XIX e XX recebeu grande contingente desta nacionalidade, atraídos pela possibilidade de aquisição de terras, o sonho de construir uma nova vida, quando sua pátria de origem não lhes oferecia essa condição.

Independente dos imigrantes italianos serem assimilados com maior facilidade no Brasil, não somente pela proximidade cultural, mas pela falta de uma identidade nacional (italiana), a necessidade de não perder suas origens e cultura passa a ser representada em celebrações religiosas e festas que transferem hábitos alimentares, vestimentas, esportes, música, dança, entre outros, que remetem a sua terra natal em solo brasileiro. O Festival Italiano representa uma italianidade, uma identidade que se construiu junto com os imigrantes que sonhavam com uma vida nova em outro país.

As contribuições bibliográficas sobre o objeto de pesquisa propriamente dito são reduzidas à dissertação de Bertazzo (1992) intitulada *De Veneza a Nova Veneza: Imigração italiana em Goiás, 1912*, na qual ele investiga a história dos imigrantes que se arraigaram em Nova Veneza, no estado de Goiás, expondo em sua pesquisa os espaços geográficos da região do Vêneto na Itália, o Brasil e o estado de Goiás. O autor relata os aspectos que desencadearam a imigração dos italianos para distintos países e a trajetória das famílias de imigrantes após chegarem ao território brasileiro até se estabelecerem em Nova Veneza (GO). A história cultural perpassa pela trajetória dos imigrantes italianos, saindo de sua terra de origem

até fixarem novas raízes em terras estrangeiras, especificamente no espaço geográfico do estado de Goiás.

Para complementar a bibliografia específica da história de Nova Veneza, pode-se destacar a contribuição de Gonçalves (1992), trabalho que narra o surgimento do município e a história dos imigrantes oriundos da Itália, que se estabeleceram em terras goianas no ano de 1912, contribuindo para o desenvolvimento, planejamento urbano e político do município até o ano de 1992. Do mesmo modo, Stival; Stival; Fachin (2011), ao escrever o livro *Da Itália para o Brasil: a história dos fundadores, a fundação de Nova Veneza*, mostra, assim como Bertazzo (1992), a trajetória dos italianos de Nova Veneza (GO) e o caminho percorrido por eles. Outros artigos e trabalhos de conclusão de curso contribuem para a elaboração dessa dissertação. Em particular, sobre o Festival Italiano, até o momento não foi localizada nenhuma bibliografia que trata do tema.

Esta pesquisa se estrutura em três capítulos. No primeiro, elucidam-se aspectos da história da Itália e do Brasil nos séculos XIX e XX, período em que ocorreu a imigração dos italianos para distintos países. Com a revolução industrial e o capitalismo, grande parte da população italiana enfrentava dificuldades para se sustentar em seu país. Já o Brasil se beneficiou com as correntes emigratórias em diferentes áreas, na troca da mão de obra para as lavouras de café, substituindo os africanos que estavam em condição de escravos, já que o processo de abolição da escravidão estava em evidência, enquanto a expansão das lavouras era inevitável, demandando nova mão de obra. Os imigrantes em geral contribuíram na colonização do extenso território brasileiro em períodos distintos, como foi no caso de Goiás, com a chegada dos imigrantes italianos em terras goianas no século XX e a organização dos mesmos na constituição da cidade de Nova Veneza.

O segundo capítulo apresenta o Festival Italiano configurado com traços de duas culturas, gerador de práticas híbridas entre culturas distintas, uma celebração inventada a partir da memória e dos valores culturais, e por que não, tradicionais da cultura italiana, podendo configurar-se como um *pastiche* entre tantas expressões culturais ítalo-brasileiras existentes no país: um produto turístico novo para se explorar no estado de Goiás, que, na atualidade, tem gerado emprego e renda local pelos distintos segmentos que envolvem a fabricação de produtos e mercadorias para o consumo.

No terceiro capítulo, o Festival Italiano é analisado nos aspectos de criação e trajetória, de 2003 a 2017. Primeiro, desvela-se o significado deste evento para a comunidade local, mostrando suas rupturas e as continuidades. Em seguida, averigua-se como a gestão pública se beneficia desta festa que se caracteriza em estratégia de *city marketing* (marketing

urbano, marketing de lugares) para promover a imagem deste município na perspectiva de atrair investidores para a região.

1º CAPÍTULO – DA ITÁLIA À NOVA VENEZA (GO)

Como mostra a bibliografia que trata da imigração italiana, pode-se dizer que seu êxodo nos séculos XIX e XX foi motivado por distintos aspectos, levando grande parte desta nação para vários países, em continentes diferentes. O Brasil foi um dos países que se beneficiou com o grande contingente de imigrantes italianos. Desta forma, ressalta-se o recorte na história presente, mas com uma retrospectiva que perpassa os séculos XIX e XX, para um melhor entendimento do que foi a imigração⁹ dos italianos que se fixaram em Nova Veneza (GO).

Bertonha (2005), ao estudar os italianos, constata a existência de múltiplas e diferentes culturas, que, em tempos passados, colaboraram para a construção e as constantes transformações que resultaram no que se tornou o país Itália. Mudanças aconteceram ao longo de sua história, influenciando os costumes, a economia e a política deste país, que viu sua nação emigrar em busca de novas oportunidades de sobrevivência nos séculos XIX e XX, quando esta nação não proporcionava tais condições aos italianos menos afortunados.

Por toda a Europa, alardeava-se que o Brasil tinha terras e riquezas abundantes para as famílias que desejassem reconstruir suas vidas em terra estrangeira. Por causa da divulgação de tais facilidades e benefícios, o país recebeu grande contingente de imigrante de distintas nacionalidades, incluindo os italianos. Desse modo, a autora Hutter (1987) em seus estudos compreende o processo imigratório, porém, esbarra na dificuldade em quantificar o número de imigrantes italianos que chegaram ao Brasil. A autora relata a dificuldade de saber onde e para que tipo de função ou trabalho se destinavam os italianos que chegaram ao território brasileiro, e para qual região eram direcionados os imigrantes ou se retornaram a terra de origem. Esta pesquisa trata daqueles italianos que se estabeleceram no estado de Goiás, tendo permanecido por um curto período de tempo em São Paulo, estabelecendo-se posteriormente em Minas Gerais, até que em definitivo em Nova Veneza (GO).

Desta forma, Bertazzo (1992), Gonçalves (1992) e Stival; Stival; Fachin (2011) colaboram para a reconstrução da trajetória destes imigrantes e para o entendimento sobre a formação de Nova Veneza (GO), onde a cultura italiana está presente no Cerrado, por meio da manifestação do Festival Italiano.

⁹ Imigrantes são os indivíduos provenientes do exterior e que se deslocaram para o Brasil com intenções de aí permanecerem, podendo ser espontânea ou dirigida. Espontânea por livre escolha de onde quer se fixar, dirigido acompanhamento e controle do governo onde o mesmo será estabelecido. Tendo ainda as pessoas que permanecem por um curto espaço de tempo e retornam para seu país de origem, podendo ser turistas, estudantes entre outros, que não fixam residência, segundo Magalinski; Magalinski (1983).

1.1. BRASIL: TERRA DOS SONHOS PARA OS ITALIANOS

Há mais de 500 anos, os portugueses chegaram ao território que hoje se denomina Brasil. No século XVI esse território possuía terras com matas densas e fechadas, animais selvagens e índios que aqui habitavam, iniciando assim o primeiro contato entre povos, culturas e civilizações distintas. Representando aspectos do hibridismo cultural, que conforme afirma Burke (2003, p. 6), num “processo de encontro, contato, interação, troca e hibridização cultural”, entre os portugueses e os índios, como visto pela perspectiva do hibridismo cultural.

Ora, o Brasil, como nós o sentimos e pensamos hoje, é produto do trabalho, do esforço, da dor e da alegria; das festas, das comidas, das danças; do português falado com diferentes acentos e cantado na bossa nova, no samba e no axé; do feijão-com-arroz, do vatapá, do tucupi, da carne de sol, do acarajé, do tacacá e do churrasco; do branco do negro, do índio; mais ainda, do mestiço, do cafuzo, do cariboca, do mameluco, do mulato, do pardo e do retinto; do romance regional, da poesia concreta e do cordel; das cidades futuristas planejadas, do barroco e do utilitário; das praias ensolaradas, das serras com geadas e da garoa enfumaçada... (SILVA, 1990, p. 33).

A colonização do Brasil ocorreu por interesse da burguesia com a comercialização de produtos exóticos e desconhecidos, que geravam altos custos para sua compra e venda, despertando o interesse de empresários portugueses em se instalarem no novo território de mando da coroa portuguesa. Com isso, o monopólio português despertou o interesse de outros países, como ingleses, holandeses e franceses, que desafiaram e confrontaram os portugueses na tentativa de dominar o novo monopólio português.

Esse território foi dividido em capitanias, as mesmas distribuídas entre fidalgos e capitães. Desta forma, a colonização tomava moldes na implantação da agricultura de subsistência para os novos colonizadores e principalmente para o abastecimento do império de Portugal. Mas o principal produto de comercialização e exportação inicialmente foi a exploração da madeira Pau Brasil, além da extração de minérios como o ouro e a exportação do açúcar cultivado em solo brasileiro para abastecer Portugal.

Com o incentivo para colonizar as novas terras, o tráfico negreiro se intensificou, de modo que os africanos em condição de escravidão chegaram às terras de domínio português. Ampliando a mistura cultural entre índios, europeus e agora africanos, proporcionando assim, encontros culturais que produzem formas novas e híbridas, de acordo com Burke (2003, p. 55). Os índios eram vistos como incapacitados e preguiçosos para o trabalho, pessoas arreadas, não se sujeitando a obrigações impostas. “[...] o próprio processo de colonização, porém, implicava a morte do índio, sua desapropriação e aculturação” (SILVA, 1990, p. 66).

Os índios resistiram à invasão dos portugueses, e a resistência faz parte do hibridismo cultural em defesa das fronteiras culturais contra a invasão, como afirma Burke (2003).

Por outro lado, os negros em condição de escravidão eram trazidos ao Brasil para trabalharem arduamente. O tráfico de negros se desenvolveu sob o controle dos comerciantes da cidade do Rio de Janeiro no Brasil e Lisboa em Portugal. Escravos trazidos por navios eram vendidos como mercadorias, armazenados em galpões, como se fossem instrumentos de trabalho, sem o mínimo de cuidado necessário.

O mundo dos escravos não era homogêneo. Distingua-se, em primeiro lugar, entre o cativo recém-chegado da África, o “boçal” e o “ladino” – africano já aculturado e entendendo o português. Os africanos eram, como um todo, opostos aos “crioulos”, nascidos no Brasil. Havia ainda distinções reconhecidas entre “nações” africanas de origem, diferentemente valorizadas. E, dada a mestiçagem, a pele mais ou menos clara também era fator de diferenciação. Os mulatos e negros crioulos eram preferidos para as tarefas domésticas, artesanais e de supervisão, cabendo aos negros, sobretudo os africanos, a dura labuta dos campos e outras tarefas pesadas (CARDOSO, 1990, p. 104-105).

A intensificação agrícola, a mineração e conseqüentemente a expansão urbana em meados do século XVIII avivou o tráfico de africanos para o Brasil e, da mesma forma, a imigração dos portugueses para a nova colônia. No ano de 1808, a transferência da coroa portuguesa para o território brasileiro gerou transformações, de colônia para reino, tomando uma atenção maior por parte da elite. Contudo, a visão ainda era a colonização do espaço territorial e, com o decreto estabelecido em 25 de novembro de 1808, os estrangeiros poderiam comprar terras em solo brasileiro, bem como a abertura dos portos às nações amigas, os olhares se direcionavam para os investimentos europeus em terras estrangeiras, possibilitando a concessão desse solo a qualquer estrangeiro que tivesse condições de adquiri-lo. A coroa portuguesa compreendia que a colonização do vasto território, favoreceria o desenvolvimento econômico e social. Para que isso se concretizasse, era necessário habitar as áreas desocupadas e as correntes imigratórias europeias poderiam ser uma opção para a colonização.

A primeira tentativa de colonização por imigrantes europeus (não portugueses) aconteceu em 1818 no estado do Rio de Janeiro e no estado da Bahia. Como relatam Petrone (1982) e Seyferth (1990), essas colônias não se desenvolveram conforme o esperado. Em 1824, o Brasil começou a receber imigrantes de nacionalidade alemã (sobre a qual não se entra em detalhes neste trabalho). A partir do ano de 1870, pessoas de várias outras nacionalidades europeias (Tabela 1), como espanhóis, portugueses, italianos, sírio-libaneses e russos (parte deles poloneses), buscaram terras brasileiras para imigrar. Os registros de

entrada dos imigrantes apresentam falhas e ao mesmo tempo faltam informações, de modo que estudiosos como Hutter (1987), Seyferth (1990) e Petrone (1982) apresentam dificuldades em quantificar o número de imigrantes que deram entrada, saída ou permaneceram em solo brasileiro. Somente após 1938 foram estabelecidas regras para a imigração no Brasil.

Tabela 1 – Estatística do povoamento no Brasil – Imigração por nacionalidade.

Nacionalidade	Imigrantes					
	Total	Efetivos Decenais				
		1884/ 1893	1894/ 1903	1904/ 1913	1914/ 1923	1924/ 1933
Total	4.158.717	883.668	852.110	1.006.617	503.981	717.223
Alemães	170.645	22.778	6.698	33.859	29.339	61.723
Espanhóis	581.718	113.116	102.142	224.672	94.779	52.405
Italianos	1.412.263	510.533	537.784	196.521	86.320	70.177
Japoneses	185.799	-	-	11.868	20.398	110.191
Portugueses	1.204.394	170.621	155.542	384.672	201.252	233.650
Sírios e Turcos	98.962	96	7.124	45.803	20.400	24.491
Outros	504.936	66.524	42.820	109.222	51.493	164.586

Fonte: IBGE (2007), 500 anos de povoamento, adaptado pela autora.

A partir do século XIX, o Brasil passou por mudanças no campo político, econômico e social. Dentre estas mudanças, pode se destacar a proclamação da República, a expansão da lavoura cafeeira e o fim do tráfico negreiro, com sua total abolição em 1888, o que levou os fazendeiros a procurarem alternativas para substituir a mão de obra escrava. Nesse mesmo período, a Itália enfrentava a dificuldade em absorver a mão de obra excedente nas indústrias que despontavam junto com o capitalismo. Conforme Costa (2014, p.29), em 1861, na Itália, “a unificação política e aduaneira impulsionou a industrialização, intensificada no período de 1880 a 1890”. A indústria nascente não absorvia toda a mão de obra existente, gerando adversidades em que muitos italianos se percebiam como, “[...] uma população que em sua maioria vivia na miséria e no abandono” (BERTAZZO, 1992 p.18). Sendo assim, a grande oferta de mão de obra, o alto índice populacional, a falta de terras cultiváveis e a escassez de alimentos foram alguns dos fatores que conduziram parte da população italiana à imigração.

Conforme Hutter (1987, p. 97), “a entrada de imigrantes italianos no Brasil foi numericamente significativa em fins do século XIX e princípios do século XX” (Tabela 2), pois os europeus, mais especificamente os italianos, buscavam novas oportunidades de trabalho e de sobrevivência, já que seu país de origem vivia uma crise diante da

industrialização.

Tabela 2 – Estimativa de italianos que entraram e saíram do Brasil nos séculos XIX e XX

Ano	Entraram	Saíram
1897	76.451	27.548
1898	34.391	19.445
1899	20.704	20.406
1900	15.804	26.045
1901	56.325	29.181
1902	28.895	21.687
1903	9.444	27.895
1904	9.445	24.140

Fonte: Hutter (1987), adaptado pela autora.

O Brasil, por sua vez, necessitava da mão de obra que na Itália era abundante. Por essa ocasião, uniam-se as deficiências dos países para solucionar suas necessidades. No entendimento dos imigrantes italianos, diante da imagem que se divulgava na Europa, o território brasileiro era uma terra com grandes perspectivas e com um futuro promissor. Circulavam por toda a Europa panfletos (Ilustração 1) com propaganda de terras e riquezas para quem se aventurasse na travessia do oceano, onde poderiam encontrar melhores condições de sobrevivência.

Ilustração 1 – Propaganda do Brasil, distribuída na Europa



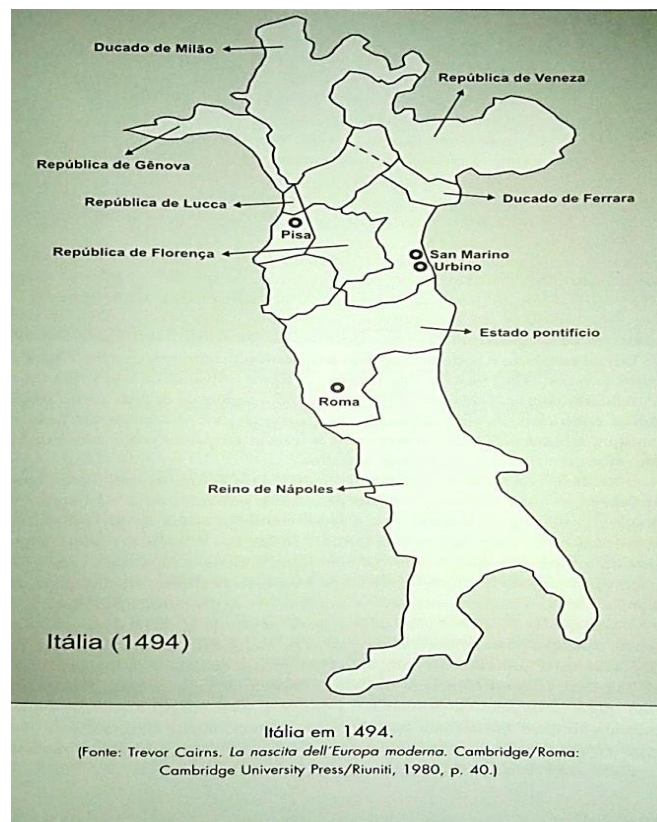
Fonte: Stival; Stival; Fachin (2011, p. 33).

O acesso às propriedades agrárias, a abundância de riquezas minerais, circulavam pela Europa em panfletos que eram distribuídos em navios e portos, atraíam massivamente os imigrantes italianos e de outras nacionalidades para as terras brasileiras.

Na América, Terras no Brasil para os italianos. Navios em partida todas as semanas do Porto de Gênova. Venham construir seus sonhos com a família. Um país de oportunidade. Clima tropical e abundância. Riquezas minerais. No Brasil vocês poderão ter seu castelo. O governo dá terra e utensílios a todos (STIVAL; STIVAL; FACHIN, 2011, p. 32).

Os imigrantes italianos eram atraídos para o Brasil, especialmente aqueles que buscavam melhores condições de sobrevivência por sofrerem com as consequências da industrialização e do capitalismo latente na Itália no século XIX. Isso tudo, após as constantes batalhas para a unificação das regiões deste país, que antes eram independentes. A unificação favoreceria o desenvolvimento econômico, como estava acontecendo em outros países da Europa, mas nem todos na Itália pensavam da mesma forma, já que havia quem defendesse a permanência da individualidade das regiões (Ilustração 2).

Ilustração 2 – Mapa da Itália em 1494, antes da unificação.



Fonte: Bertonha (2005).

A Itália foi formada por distintos povos, e segundo Bertonha (2005) não se tem uma data precisa de quando a península itálica foi povoada com a presença de caçadores, coletores, posteriormente a chegada de povos inumadores, indo-europeus, povos incineradores, gregos, etruscos, entre outros que chegavam com o passar dos séculos, um verdadeiro mosaico de culturas para a época. Atualmente, Burke (2003), e Cardoso (2008) descrevem esse mosaico como hibridismo cultural. O movimento de imigração, independente do local em que ocorre, gera trocas culturais e fortalece o processo do hibridismo cultural. Para o período de povoamento da Itália isto significava somente a imigração em busca de melhores condições de sobrevivência.

A península itálica não tinha a representatividade de um país unificado, diferente do que ocorria nos países em que a monarquia representava na Europa, com a invasão de países distintos como a França, Áustria e outros na tentativa de dominar esse território ainda fragmentado, sua representatividade realmente era somente geográfica. A Itália passou por distintas fases que a transformou no que é atualmente, mas sua condição de país unificado começou em 1848 com as revoltas nacionalistas. Esse território se mantinha fragmentado devido à divisão realizada nos séculos anteriores.

O início das revoltas populares no ano de 1848, em várias partes da Itália, em especial a que ocorreu em Milão, foi de grande importância para desencadear o sentimento de nacionalismo na população. Portanto, Bertonha (2005, p.48) concorda que o sentimento de cidadão na Itália teve como mentores “as novas classes sociais emergentes, como burgueses, intelectuais e profissionais liberais, mas também trabalhadores pobres”. Essas revoltas representam a luta em defesa da democracia, direitos sociais e políticos em território italiano. O autor afirma que o *risorgimento* (criação do estado independente) era motivado mais por ideologias e pela cultura do que pela economia, tendo os estadistas piemonteses apoiando esses aspectos. A ideia de um país unificado, liberal e moderno era forte em grande parte das elites italianas. Importantes personagens do processo de unificação se destacam pela disputa e pela luta em definir como seriam os contornos do Estado novo. São eles:

Giuseppe Mazzini (1805-1872) foi um dos grandes defensores da ideia de uma Itália unificada e republicana. Ele foi o fundador do grupo *Giovane Itália* (Jovem Itália) [...]. Camilo Benso, conde de Cavour (1810-1861), representava outra vertente, que identificava o nacionalismo com o liberalismo e o progresso. [...] Defensor de princípios liberais e modernos, modernizou a economia e a sociedade, dando-lhe uma Constituição e promovendo valores burgueses. [...] Giuseppe Garibaldi (1807-1882) e as forças daquele outro nacionalismo já mencionado. Oriundo da camada mais baixa da sociedade (quando jovem havia sido marinheiro) e mobilizou pessoas originadas de vários extratos da sociedade, incluindo as classes populares, Garibaldi compartilhava ao menos de algumas das ideias patrióticas de Mazzini e defendia o

regime republicano ou, no mínimo, que fosse o povo a escolher a forma de governo da nova Itália (BERTONHA, 2005, p. 51-53).

Sendo assim, Bertazzo (1992, p. 15) relata que “em março de 1861, Camilo Benso, 1º Ministro do Reino de Piemonte e Sardenha, proclamou o nascimento do Reino da Itália”. Surgindo o início do estado novo, um país em formação, já que nem todas as regiões deste território estavam unidas ainda, pois estavam sob o domínio do Império Austro-Húngaro, mas na sua grande maioria territorial já integrada.

Em 1866, a região do Vêneto ingressa à Itália unificada e somente em 1918 se estabelece unificada em toda a sua territorialidade. Afirma Bertazzo (1992, p.17) que “nem todo mundo aprovou a unificação, mas a partir de 1860 a Itália unificada em sua quase totalidade era uma realidade à qual precisava se adaptar”. Mas, somente no dia 17 de março de 1861, no Parlamento de Turim, foi eleito em votação unânime como rei da Itália Vítor Emanuel II. Desta forma, a Itália iniciou seu desenvolvimento de forma lenta, pois sua economia não era das melhores. Havia grande disparidade entre as regiões. Ao Norte e nos Alpes mantinha-se uma produção agrícola satisfatória, ao sul as condições econômicas iam se agravando. Outros fatores, como a herança cultural, social e política impediam a modernização da estrutura econômica. O governo não apoiava a fraca burguesia, mantendo os submissos, com o apoio das classes humildes. Para a população do campo não morrer de fome, as pessoas tiravam o sustento de bosques e do pasto comum. Outra opção para sobreviver era emigrar.

Além da divisão sul – norte, que já se delineava, e da exclusão política (que negava os direitos da cidadania à maioria da população), [...], havia forte divisão cultural entre os mundos rural e urbano, com os camponeses ignorados e desprezados pela elite urbana culturalmente evoluída. Parte dessa elite, aliás, chegava a se questionar se as diferenças de classe entre os italianos podiam mesmo ser superadas em uma nação unida (BERTONHA, 2005, p. 54).

Bertonha (2005) confirma a divisão territorial existente na Itália, não só de ordem geográfica, mas também política, econômica e cultural, pois, sempre foi um território fragmentado nestes aspectos. Somente a partir da unificação se iniciou o processo de construção da nacionalidade do país, identificável nas elites urbanas que dominavam o idioma italiano, diferente do que ocorria com a grande população camponesa, que não compreendia o conceito de cidadão italiano. Na verdade, isto pouco importava para eles, pois não se reconheciam como italianos, “mas toscanos, vênnetos ou sicilianos”. Seu entendimento de grupo pertencia ao espaço geográfico em que viviam. Os italianos não se reconheciam como

cidadãos italianos dentro do próprio país, nem pelo idioma, sendo que cada região possuía seu dialeto, e não a língua oficial o italiano, que poucos dominavam.

Porém, a imigração italiana ocorreu por questões econômicas de acordo com Bertazzo (1992, p. 21). “Resumindo tudo: quem ia embora estava à procura do mínimo necessário para a sua sobrevivência”. Assim, como afirma Bertonha (2005, p. 81), a migração é algo cultural e que faz parte do modo de ser do italiano. Em curtas ou longas distâncias, o migrar fazia parte da vida do italiano para sua sobrevivência e comercialização de produtos.

Comerciantes, artesãos e intelectuais emigravam com regularidade, para estadas menores ou maiores, para o exterior, especialmente no período moderno, quando a demanda pela arte e pela cultura italiana era imensa nas cortes europeias e os comerciantes italianos controlavam boa parte do comércio mediterrâneo (BERTONHA, 2005, p. 81).

A imigração compõe a cultura italiana antes mesmo do êxodo nos séculos XIX e XX, quando milhões de italianos deixaram seu país de origem em busca de melhores condições de sobrevivência, fato que ocorria mesmo antes da unificação da Itália e que se intensificou entre os fins desses séculos. Bertonha (2005, p. 82) confirma que “a imigração é um dos fenômenos mais característicos e duradouros da vida dos italianos e não pode ser reduzida a uma simples fuga da fome ou da pobreza em momentos difíceis”. A grande imigração em parte deu-se pela Revolução Industrial, que na metade do século XIX estava presente em grande parte da Europa, ocasionando imensas transformações nas sociedades urbana e rural e que cooperavam para que os pequenos agricultores e artesãos se arruinassem. O crescimento populacional dificultava a empregabilidade. Entre as opções de morrer de fome, ganhar a vida trabalhando de operário ou tentar a vida em outros locais, muitos preferiram a última opção, que era emigrar.

Milhões de camponeses italianos viram-se incapazes de enfrentar a concorrência dos grandes produtores (e também do trigo americano e russo, que começou a chegar ao mercado europeu por volta de 1880) e pagar os impostos e outras despesas e faliram, tendo de vender suas terras e escolher entre a miséria, o trabalho incessante e mal pago nas fábricas ou a velha conhecida, a imigração (BERTONHA, 2005, p. 84).

O mercado capitalista e a concorrência se inserem na Itália após a sua unificação, acrescentando a crise no campo, que privilegiava a indústria que se desenvolvia. Outros aspectos também contribuíram para a imigração como fugir do serviço militar e da perseguição política, a busca por novos mercados para negócios e instalações de empresas. Contudo, Bertonha (2005, p. 85) alega que o impulso para emigrar são as mudanças

tecnológicas que ocorreram como a invenção do navio a vapor e das ferrovias, permitindo o deslocamento com maior rapidez na busca de novas oportunidades de trabalho. Este autor ainda apresenta três fatores que impulsionaram a imigração: “o fim da escravidão nas antigas colônias europeias na América, a difusão da sociedade industrial por todo o mundo e a constituição de Estados independentes no continente americano”, que demandavam por mão de obra na agricultura, na indústria e na construção das cidades. “Mas, em geral, os emigrantes italianos que se dispersaram pelo mundo eram trabalhadores braçais, rurais ou urbanos, voltados às atividades menos qualificadas e do sexo masculino, ansiosos por ganhar a vida” (BERTONHA, 2005, p. 86).

Os italianos se dispersaram em distintos países pelo mundo, com predominância em alguns locais, conforme a Tabela 3, sendo que os Estados Unidos foi o país que mais auferiu emigrantes italianos em 100 anos de imigração. No mesmo período, o Brasil recebeu 1,5 milhões de emigrantes, número inferior ao contingente de imigrantes que os Estados Unidos receberam, mas não foram os únicos países a receberem emigrantes desta nacionalidade. Outros países do continente americano e na Europa também acolheram os italianos, ultrapassando mais de 20 milhões de emigrantes no período de 100 anos, entre os séculos XIX e XX.

Tabela 3 – Imigração italiana: 1870-1970

País	Imigração italiana (em milhões)
Estados Unidos	5,6
França	4,1
Suíça	3,0
Argentina	2,9
Alemanha	2,4
Brasil	1,5
Império austro-húngaro	1,1
Canadá	0,6
Bélgica	0,5
Austrália	0,4
Venezuela	0,2
Grã-Bretanha	0,2
Total Europa	12,5
Total América e Austrália	11,5

Fonte: Bertonha (2005, p. 88-89), adaptado pela autora.

Bertonha (2005) expõe somente as entradas dos italianos em cada país. Se houve

retorno para sua terra de origem, se esse emigrou para outro país depois da primeira viagem, isto não é informado nesse quadro. A intensão é demonstrar quão grande foi o êxodo italiano entre os séculos XIX e XX. De todas as regiões italianas, que não são poucas, a que mais se destacou em preferência pelo Brasil foi a região do Vêneto (Ilustração 3). Como citado anteriormente, a propaganda que circulava pela Europa referente ao Brasil (Ilustração 1 p. 25) era intensa e atraía a atenção destes italianos em particular a oferta de terras que o governo proporcionava a quem se dirigisse a este território no continente americano.

Ilustração 3 – Emigrantes para o Brasil, por província da Itália.



Fonte: IBGE (2017).

A ilustração do mapa acima e a Tabela 4, abaixo, reafirmam a preferência e o direcionamento dos emigrantes da região do Vêneto na Itália para o Brasil.

Tabela 4 – Emigração italiana para o Brasil, segundo as regiões de procedência – período 1876-1920.

Regiões de procedência	Emigrantes
Vêneto	365.710
Campânia	166.080
Calábria	113.155
Lombardia	105.973
Abruzzi/Molizi	93.020
Toscana	81.056
Emília Romana	59.877
Brasilicata	52.888
Sicília	44.390
Piemonte	40.336
Puglia	34.833
Marche	25.074
Lázio	15.982
Úmbria	11.818
Ligúria	9.328
Sardenha	6.113
Total	1.243.633

Fonte: IBGE (2017).

Conforme a Tabela 4, o quantitativo da região do Vêneto é duas vezes maior que o da região da Campânia ou das demais regiões das quais imigraram os italianos. Todos saíram da Itália para o Brasil. Nas embarcações, eram tratados com distinção. Os imigrantes que possuíam posses e financeiramente tinham condições de escolher por acomodações melhores nas embarcações tinham o privilégio de estarem na primeira classe ou segunda e assim por diante. Eram classificados e direcionados aos compartimentos das embarcações conforme o que podiam pagar para viajar nos navios.

No entanto, Ianni (1963, p. 13) considera que a imigração italiana não é algo normal, pois a população sofreu grande êxodo para os tempos modernos. Outros países recorriam à imigração como paliativo para vencer crises ou mudanças na economia, em situações temporárias.

Na Itália a imigração continuava a ser considerada um fato natural, um processo normal para resolver problemas sociais, econômicos e políticos, o que fere a consciência cívica do nosso tempo, especialmente se se têm em conta as condições específicas em que se promove a expatriação de trabalhadores italianos (IANNI, 1963, p. 13).

A Itália não previu as consequências que o capitalismo e a industrialização poderiam gerar. A não absorção de mão de obra pela indústria, a escassez de alimentos por falta de terras deficientes e não cultiváveis, dentre outros aspectos, associados ao descaso da política local com as condições que o italiano imigrava, deixavam a desejar, pois, segundo Ianni (1963, p. 14), a Constituição da República da Itália, no artigo 4, afirma que todos os cidadãos têm direito ao trabalho, mas também a liberdade de imigração e a tutela do trabalho italiano no exterior (art. 35). A preocupação governamental era as remessas de dinheiro que esses imigrantes enviavam para suas famílias que ficaram no país e que movimentava e abastecia a economia local.

Portanto, a imigração italiana transmite uma imagem de coletividade ao emigrar para outros países. A imigração em massa dos italianos não foi do país e sim das regiões e aldeias, “o que leva muitos pesquisadores a questionar se, mesmo depois da unificação italiana, havia de modo efetivo uma imigração de italianos propriamente ditos” (BERTONHA, 2005, p. 94). Possuíam a mesma origem em país estrangeiro, mas para os italianos sua identidade não era comum dentro do seu país de origem.

[...] os emigrantes italianos não se identificam como italianos, como relatamos anteriormente, mas se identificavam como vênnetos, calabreses, lombardos ou sicilianos, com grandes dificuldades de comunicação e um sem-número de preconceitos e barreiras linguísticas e culturais entre eles (BERTONHA, 2005, p. 56).

Os migrantes eram influenciados por cartas de amigos, parentes ou vizinhos, que se comunicavam falando da localidade onde se encontravam e como estavam sobrevivendo, ou por agenciadores que desempenhavam a função de divulgar vagas de emprego no mercado global. Estes obtinham lucros com o embarque de pessoas para trabalhar no estrangeiro.

A América, ao contrário, oferece um trabalho contínuo e bem remunerado e a possibilidade de passar da condição de quem nada tem à de proprietário para quem com assiduidade, com abnegação, com firmeza e poupança sabe vencer as dificuldades muitas vezes gravíssimas ou até douraduras da obra de colonização (FOSCHI, 1988 *apud* BERTAZZO, 1992, p. 30).

Os imigrantes foram aliciados ou até mesmo convencidos e enganados por agenciadores a imigrarem. O Brasil incentivava a vinda dos imigrantes por meio de propagandas distribuídas na Europa, em portos e navios ou em publicações como livretos e folhetins da época, que fantasiavam sobre as terras brasileiras.

Em grande parte, a publicidade era enganosa para atrair a mão de obra, para trabalharem nas lavouras de café e colonizar áreas de matas fechadas em ambientes com animais selvagens, passando fome e sofrendo com as doenças. Os italianos pensavam em reconstruir seus velhos valores e mitos, a mesma sociedade em terras novas, “sonhando, porém, com um mundo novo onde desaparecesse a exploração” (BERTAZZO, 1992, p. 36). Sonhos que muitos não viram se concretizar, pois serviram a uma sociedade que já estava constituída muitas vezes em locais distantes de onde se iniciava a colonização. Em outras se reprimiam as normas e regras estabelecidas por outros, mas nunca por eles mesmos.

A imigração italiana para o Brasil contribuiu para sustentar as lavouras cafeeiras em São Paulo e Minas Gerais e para a colonização e formação da população no sul do país, segundo Hutter (1987, p. 74). Os emigrantes que, direcionados ao Brasil, recebiam apoio do governo e de particulares, como o pagamento antecipado de suas passagens de navio, nem sempre encontravam a situação esperada.

A imigração subvencionada se estendeu de 1870 a 1930 e visava a estimular a vinda de imigrantes: as passagens eram financiadas, bem como o alojamento e o trabalho inicial no campo ou na lavoura. Os imigrantes se comprometiam com contratos que estabeleciam não só o local para onde se dirigiriam como igualmente as condições de trabalho a que se submeteriam. Como a imigração subvencionada estimulava a vinda de famílias, e não de indivíduos isolados, nesse período chegavam famílias numerosas, de cerca de uma dúzia de pessoas, e integradas por homens, mulheres e crianças de mais de uma geração (IBGE, 2000).

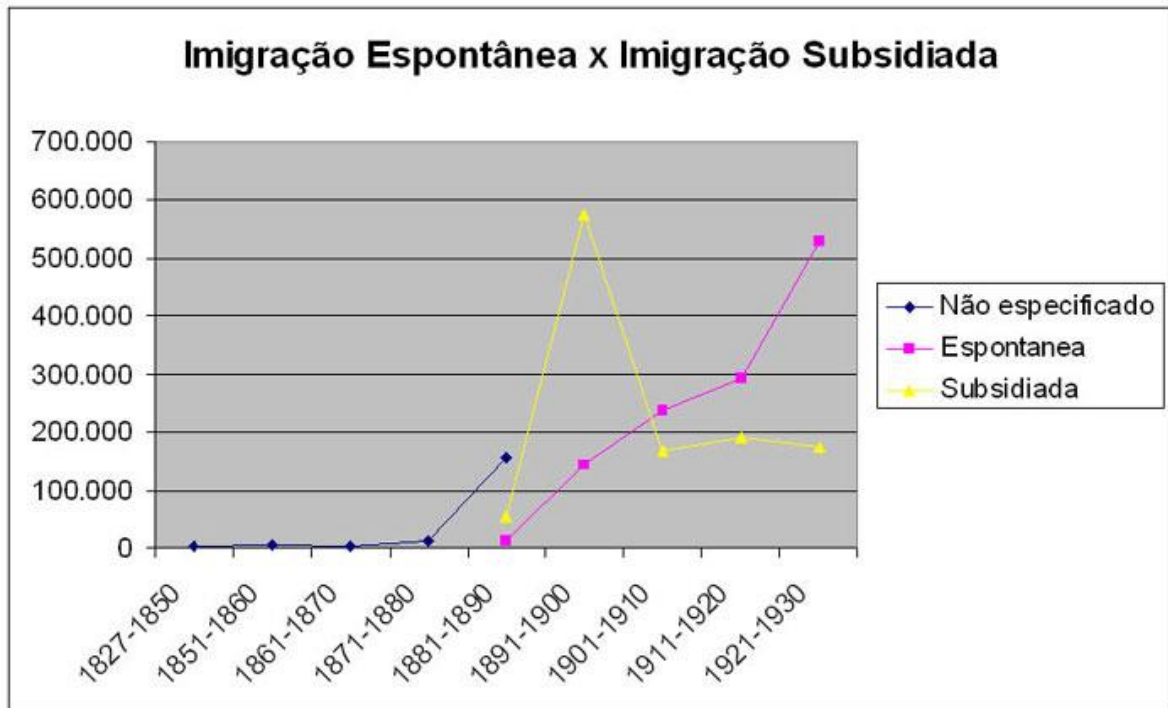
Nem tudo eram flores na terra que se divulgava um paraíso. Ao chegarem ao território brasileiro, muitos foram tratados como escravos, o que revoltou alguns italianos que se rebelaram contra os que proveram para sua vinda. Alguns imigrantes foram presos pela polícia, outros foram direcionados a outras tarefas que não a lavoura de café. Mas, as condições de trabalho às quais os imigrantes italianos se sujeitavam e as notícias que chegavam ao seu país de origem fizeram com que a Itália se preocupasse mais com seus imigrantes, culminando no Decreto Prinetti, que proibia a imigração subsidiada.

As relações entre Itália oficial e o Brasil azedaram tanto que o governo italiano baixou o chamado “Decreto Prinetti” proibindo a passagem gratuita dos emigrantes italianos ao Brasil para desestimular a viagem. Frente a reação do governo italiano (e o governo espanhol seguiu o mesmo caminho em 1910), a situação dos imigrantes nas fazendas de café foi melhorada (BERTAZZO, 1992, p. 60).

Nem mesmo o decreto proibindo a imigração subsidiada (Ilustração 4) pelo governo brasileiro conseguiu impedir italianos de juntarem suas economias e pagarem pela sua

viagem, ou de forma clandestina viajavam em direção ao Brasil ou outro país.

Ilustração 4 – Gráfico da Imigração Espontânea X Imigração Subsidiada



Fonte: Arquivo Público o estado de São Paulo (2017).

Na ilustração 4 aprecia-se o gráfico da imigração espontânea e subsidiada, apresentando de modo geral, sem identificar uma nacionalidade estrangeira. A partir do final do século XIX, em crescimento com o passar das décadas, entrando no século XX até a década de 1930 visualizamos a emigração espontânea. A imigração subsidiada teve um pico de crescimento entre as décadas de 1890 a meados de 1911, quando houve um acentuado decréscimo em decorrência do Decreto Prinetti. A partir daí, manteve-se em constância até a década e 1930, diferente da imigração espontânea que se manteve crescente no período de 1890 a 1930.

Em território brasileiro, o imigrante era conhecido como peça substitutiva da mão de obra escrava. Com a expansão da economia cafeeira, a mão de obra era fundamental para essa estrutura fortalecer o capitalismo comercial. A contribuição do imigrante italiano com sua mão de obra foi bastante significativa em distintas regiões, na agricultura, na indústria, no aumento demográfico, pelos costumes alimentares, no linguajar entre outros.

A experiência de exploração e a fome que o imigrante carregava, imbuíam nele a efetivação do trabalho, pois esse seria o primeiro passo para a independência econômica em

solo estrangeiro. Mas, diversos outros imigrantes além dos italianos colaboraram com o desenvolvimento do Brasil, pois é notório que distintas nacionalidades também emigraram e foram acolhidas em diferentes regiões do país, como é o caso do estado de Goiás, que recebeu várias nacionalidades de imigrantes, incluindo os italianos, como veremos no próximo subitem.

1.2. IMIGRANTES E IMIGRANTES ITALIANOS EM GOIÁS

A província de Goiás teve seu território percorrido por bandeirantes e sertanistas. De acordo com Brasil (1982, p. 17), a primeira bandeira percorreu o território goiano no ano de 1592 liderado por Sebastião Marinho. Distintas bandeiras percorreram as terras cerratenses em busca de índios e metais preciosos, mas somente após se passarem quase 200 anos em que a primeira bandeira percorreu Goiás é que foram descobertas minas auríferas pelo bandeirante Anhanguera. Em 1673, Bartolomeu Bueno da Silva e seu filho (de mesmo nome) partiram de São Paulo para Goiás, com a intenção de fixar-se nesta região. Depois destes, muitos outros bandeirantes percorreram essas terras, mas foi Anhanguera (filho) que em 1725 descobriu as minas auríferas.

Palacin (1994) expõe que o extenso território goiano oferecia-se aberto à penetração pelo leste, partindo de São Paulo, de onde diferentes bandeirantes partiam em busca de minérios e índios, que eram comercializados gerando um negócio lucrativo em períodos nos quais surgia a dificuldade de importação dos negros da África. Entretanto, as expedições retornavam para seu ponto de origem, não fixando povoado algum em território goiano. Goiás pertencia à capitania de São Paulo. Mas, com o crescimento de Goiás, o mesmo foi elevado ao posto de capitania em 1749, mais de duas décadas após a descoberta das minas. França (1975) descreve que o planalto central recebeu o movimento de colonização somente no século XVIII, com o surgimento das minas de ouro e pedras preciosas. A colonização desta região iniciou-se de forma irregular, especialmente nas regiões das minas, em busca da exploração dos metais preciosos. Povoados e arraiais foram surgindo, distribuídos em várias localidades pelas terras cerratenses.

O processo de povoamento, então iniciado em Goiás em circunstâncias particulares, desenvolver-se-ia em caráter acelerado, num período aproximadamente de sessenta anos de rendosa extração mineral. Como o esgotamento dos novos achados e a manifestação da exaustão das lavras, a decadência econômica e social se arrastaria até o primeiro decênio do século XIX, acompanhada, por conseguinte, pelo refluxo de boa parte da população (FRANÇA, 1975, p. 19).

Os habitantes de Goiás inicialmente foram os povos indígenas, depois portugueses, paulistas, escravos e outros que tentavam a vida com a mineração, pois, esta atraía as populações alucinadas pela ânsia de enriquecimento fácil e rápido no século XVIII. Contudo, a redução da extração das minas, o cultivo do solo e a produção de gado foram proporcionando a subsistência dos arraiais e povoados.

No século XIX, Goiás se desenvolveu de forma lenta com atividades agropastoris, mantendo um crescimento contínuo, mas baixo perante as outras regiões, tais como São Paulo e Minas Gerais, que vivenciavam a expansão das lavouras de café. Segundo França (1975, p. 25), no ano de 1804, o senso demográfico apresentava uma população na “capitania de 50.365 pessoas, destes 20.027 eram escravos”. Antes da chegada do homem branco, a população de Goiás era constituída por índios. Com a mineração, vieram os escravos que se misturaram com o homem branco, originando os mestiços. Estes últimos formavam grande parte da população goiana da época. A mestiçagem demonstra o hibridismo cultural não somente pela mistura de raças, mas de hábitos e costumes.

Com a transferência da corte real para o Brasil em 1808, novos rumos eram buscados para promover ligações com as terras do interior do Brasil. Novos caminhos surgiram para o desenvolvimento e a povoação de terras ainda não habitadas e de regiões pouco desenvolvidas, apesar de povoadas. Porém, Chaul (2010, p. 43) ajuíza que:

Os relatos deixavam implícito que Goiás precisava de mão de obra produtiva, de trabalho livre, de substituição do ócio pelo negócio. Goiás carecia de povoamento, de gente para produzir, de capital e desenvolvimento. Goiás, portanto, era totalmente diferente da terra que povoava as ideias dos viajantes, e divergia ao extremo daqueles padrões europeus de modernidade e progresso, padrões esses que tinham presentes a ética protestante do capitalismo (ou seja, trabalho, parcimônia, ascetismo) e superpopulação do século XIX.

A dificuldade de acesso e de meios de comunicação até chegar a Goiás, além da escassez de uma população produtiva, representava um atraso ao seu desenvolvimento, o que se dava de forma lenta. Ainda este autor expõe que administradores da época buscaram investimentos para a navegação fluvial, pois entendiam que a província poderia se desenvolver comercialmente pelos rios, mas os esforços de convencer a coroa portuguesa a realizar investimentos foram em vão.

Entre tantas dificuldades para se desenvolver econômica e comercialmente, Goiás não tinha a procura de imigrantes para se estabelecerem no estado, e nem o mesmo tinha condições de procurar na imigração de estrangeiros a oportunidade de povoar a província

contribuindo com o desenvolvimento da região. Com a abolição da escravatura, a falta de mão de obra era visível, pois as lavouras de café se encontravam em expansão nos estados de São Paulo e Minas Gerais, e a possibilidade de povoar as fronteiras na tentativa de resguardar o território brasileiro.

A solução viável naquele momento histórico seria o recurso da imigração europeia. Daí a opção do Governo Imperial, buscando alcançar objetivos tão vitais, como sejam: promover o povoamento do território brasileiro de forma contínua e substituir o sistema do escravagismo, fonte de constantes temores e oposição, pela formação de uma força de trabalho livre (FRANÇA, 1975, p. 46).

Goiás possuía vários aspectos que o governo imperial buscava alcançar com a chegada dos imigrantes estrangeiros no Brasil, assim como em outras regiões distintas do país. Grandes contingentes de imigrantes chegaram às terras brasileiras a partir de 1870. Vindos de diversos países, as ondas de imigrantes distribuíram-se pelo território nacional, havendo uma concentração de alemães, poloneses, portugueses, espanhóis e italianos nas regiões Sul e Sudeste e um direcionamento de japoneses e sírios libaneses para a região Centro-Oeste. As lavouras eram o destino principal para os que trabalhavam no regime de arrendamento de terras ou colonato, contudo a qualidade do solo e o isolamento das localidades interferiam, ocorrendo muitas vezes abandono das terras e conseqüente migração para outras localidades (VARGAS, 2015, p. 39).

A província buscava na exploração das minas auríferas a continuidade para o desenvolvimento e povoamento de sua região, distante da faixa litorânea, mesmo não sendo favorecida com a política de colonização dos estrangeiros, que eram disputados pelas lavouras de café no sudeste, no norte com a produção de açúcar, e no sul e sudeste com o povoamento do território e a expansão da lavoura de café.

Tabela 5 – Nacionalidades dos imigrantes em Goiás - Censos de 1872 a 1980

País	1872	1920	1940	1950	1960	1970	1980
América							
Argentina		5	14	14	12	25	73
Bolívia			1	11	29	40	126
Canadá			1	2	8	6	38
Chile			1	1	16	4	48
Colômbia				4			
Costa Rica		2	2				
Cuba			3	2		2	7

Equador					4	1	11
Estados Unidos		2	22	86	112	522	314
Guatemala							4
Guiana						2	4
Guiana Francesa				5			22
Haiti						1	-
Honduras							15
Jamaica						1	-
México			1	2		3	15
Nicarágua						3	26
Panamá					27		11
Paraguai	1	5	13	17	8	28	71
Peru			3	4		13	61
República Dominicana						1	-
El Salvador					5		57
Suriname							8
Uruguai		1	6	5	8	22	26
Venezuela						5	-
Outros Países						2	4
Europa							
Alemanha Ocidental		66	284	354	197	240	204
Alemanha Oriental							7
Áustria		29		52	34	37	37
Bélgica		2	3	5	12	30	18
Bulgária				3	8	5	
Dinamarca		3	1	3		11	4
Estônia			5				
Espanha		192	127	161	167	246	212
Finlândia						2	
França		52	33	44	35	53	44
Grã Bretanha		3	18	18	8	14	13
Grécia			1	1	14	31	53
Holanda		3	3	1	11	77	80
Hungria			3	45	22	21	20
Irlanda			1			23	16
Itália		268	237	259	375	494	453
Iugoslávia		1	6	66	4	23	7
Lituânia			2				

Noruega				6			4
Polônia		3	23	343	83	179	108
Portugal	1	304	203	226	335	520	563
Romênia			6	46	43	20	32
Suécia						1	
Suíça		8	8	21		14	13
Tchecoslováquia			4	18	13	19	23
URSS		1	15	196	47	80	42
Outros Países		4			28	4	8
África							
Angola							29
Egito				2		4	7
Moçambique							3
Outros Países				8	16	8	67
Ásia							
China Continental				1	15	24	20
China Formosa							4
Coréia						3	7
Índia						3	8
Israel						8	17
Japão			138	344	251	580	553
Síria					459	439	208
Líbano			LSP 657	LS 657	338	582	413
Turquia		T.A 528	2	7		1	8
Outros Países			2	6	25	184	151
Oceania							
Austrália							11
Outros Países				3	8	5	
Países sem especificação		215		13	7	13	197
Total	2	1.697	1.849	3.062	2.784	4679	4.605
OBS:							
L= Libaneses							
S= Sírios							
P= Palestinos							
TA = Turquia Asiática							

Fonte: Magalinski (1987), p. 59, adaptada pela autora.

A tabela 5 apresenta os imigrantes que se estabeleceram no estado de Goiás no período

de 1872 a 1980. Esses dados segundo a autora Magalinski (1987, p. 57) foram coletados pela Fundação IBGE, dados do Censo colhido por amostragem, gerando dúvidas sobre o número real de imigrantes para um período com mais de cem anos para o estado de Goiás. Considera-se esta tabela uma estimativa diante das informações sobre as nacionalidades que imigraram para as terras cerratenses.

A falta de incentivos e de apoio a projetos para povoamento da região centro-oeste não se concretizou por questões de distanciamento e dificuldade de acesso a região.

A infraestrutura fundamental à efetivação de tais empreendimentos – o transporte ferroviário e a dinamização da navegação das vias fluviais não se tornou realidade. Era, portanto prematuro pensar em imigração estrangeira para o território goiano, no expirar do século XIX (FRANÇA, 1975, p. 28).

Vargas (2015) descreve a chegada dos imigrantes no estado de Goiás, antes mesmo do expirar do século XIX, recebendo os sírios libaneses no ano de 1892, dados esses que não aparecem na Tabela 5, que foi construído por Magalinsk (1987) que em sua pesquisa expõem a dificuldade de compreender de que forma eram coletadas as informações pelo IBGE neste período. Os imigrantes da Ásia se fixaram preferencialmente nas cidades pelas quais passava a estrada de ferro. Leandro Resende (2012) complementa a informação da chegada dos árabes em maior concentração entre 1930 a 1960 e atuavam na área do comércio, em distintas regiões do estado, tais como os municípios de Ipameri, Roncador, Vianópolis, Catalão, Piracanjuba e Itumbiara. De acordo Magalinski; Magalinski (1983, p. 67), “Silvânia, Jaraguá, Pirenópolis e Itaberaí fogem à regra, porém, desde as primeiras tentativas de penetração dos sírio-libaneses, a população se rebelou, não aceitando comerciantes dessa nacionalidade”. No século XXI, a grande concentração desses imigrantes está em Goiânia e Anápolis.

Apesar de origem rural os imigrantes sírios não costumavam se fixar no campo, evitando os trabalhos com a terra. Eram jovens, sem capital e com pouco estudo. Para ser agricultor exigia-se um capital para a compra da terra e dos insumos, o que a maior parte não possuíam. A vocação comercial foi trazida de suas atividades na terra natal e encontraram um nicho de mercado, pois Goiás passava por um período de desenvolvimento e carecia de um comércio que abastecesse a demanda existente (VARGAS, 2015, p. 41-42).

Goiás recebeu palestinos, poucos, se comparando ao mesmo período em que os sírio-libaneses imigraram. Porém, a partir das décadas de 50 a 70 do século XX, a imigração destes foi intensificada e estão distribuídos nas cidades de Anápolis e de Goiânia. Em 10 de março de 1929, o jornal Correio de Anápolis de N.º 1 publicava a Lei de colonização deste município, Lei 290 de 26 de setembro de 1928, sancionada pelo Intendente em exercício Sr.

Adalberto Pereira da Silva (Ilustração 5). Fragmentos do jornal, que não se encontra em bom estado de conservação, dificulta a identificação do que foi decretado na lei.

Ilustração 5 – Fragmentos do Jornal do Correio de Anápolis - Lei da Colonização



Fonte: Museu de História de Anápolis: ANNÁPOLIS, Correio de (1929).

Não somente os sírios libaneses emigraram para Goiás. Vargas (2015) garante que portugueses (na época da mineração e posteriormente), assim como os espanhóis, também chegaram a Goiás e trabalharam na construção da estrada de ferro. Eles eram considerados como mão de obra qualificada, migrados de outras regiões do Brasil por condições diversas após chegarem ao porto de São Paulo.

Na busca por terras produtivas e baratas, no ano de 1912 os italianos que vieram a fixar raízes na região do mato grosso goiano, que pertenceu ao distrito de Anápolis, atualmente é o município de Nova Veneza. Magalinski; Magalinski (1983, p. 69) apresenta que houve,

Outro núcleo de colonos italianos, porém não se sabe ao certo a data de sua chegada e as atividades que esse núcleo se dedicou, em Natividade, que hoje pertence ao Tocantins após a divisão territorial do estado de Goiás. A colônia de italianos (Nova Veneza) em 1924 recebeu novas famílias, concentrando estes imigrantes nesta localidade.

Magalinski (1980) afirma que o interesse pela imigração no estado de Goiás na década de 1950 era estimulado pelo governador Jerônimo Coimbra Bueno, que considerava ter encontrado na imigração e na introdução de novas técnicas agrícolas nos campos goianos a fórmula que resolveria os problemas de adensamento da população no estado.

O estado de Goiás não tinha como arcar com as despesas para o deslocamento e a inserção dos imigrantes em terras goianas. O governador se propôs a receber imigrantes em solo goiano “com promessas de verbas federais dos diferentes órgãos relacionados com a imigração” (MAGALINSKI, 1980, p. 62). Esse interesse pela imigração não era compartilhado por todas as autoridades da época, mas, aos olhos do governador Coimbra Bueno, era uma possibilidade de desenvolver economicamente o estado.

Magalinski; Magalinski (1983, p. 69) narram que famílias italianas foram direcionadas para outras cidades, tais como Rio Verde (constituindo a Cooperativa Italiana de Técnicos Agrícolas – CITAG), Inhumas, Bela Vista, Cidade de Goiás, Brazabrantés, Goianira, Goiânia e Anápolis, que receberam imigrantes italianos em menores concentrações.

De grande significação para o aproveitamento, valorização das terras e incentivo à cafeicultura no município, foi a entrada de italianos e seus descendentes, a partir de 1912. Compraram terras e fixaram-se na parte sudoeste do território municipal, onde surgiu alguns anos depois a povoação de Nova Veneza apelidada a “Cafelândia Goiana” pela produção de café nos seus arredores (FRANÇA, 1973, p. 642).

A importância dos italianos em solo goiano se confirmou no desenvolvimento deste território, com a produção de café, cooperando para que outros imigrantes se estabelecessem nesta região. Em 1930, foi “assinado um contrato com a Companhia de Colonização Japonesa”, segundo Vargas (2015, p. 45). Porém, indícios marcam a chegada da primeira caravana de imigrantes japoneses ao estado de Goiás no ano de 1929, sendo sete famílias inicialmente e mais 24 no ano de 1930. Estes imigrantes chegaram primeiro a São Paulo e posteriormente migraram para outras regiões.

Segundo a pesquisadora Fátima Alcídia Costa Mota (1992), a vinda dos imigrantes aconteceu por movimento espontâneo, desvinculado da ação do Estado e sendo considerada de pequena expressividade do ponto de vista quantitativo. Além das dificuldades próprias dos processos de deslocamento pelas quais normalmente passavam os imigrantes, em Goiás os obstáculos e restrições se lhes impuseram, componentes de um momento político nacional que passou a se configurar no Brasil a partir da Revolução de 1930 (MOTA, 2008, p. 26).

Os autores Resende (2012) e Magalinski; Magalinski (1983) afirmam que os japoneses fixaram-se nas cidades de Anápolis, Bela Vista, Nerópolis (principalmente), Pires do Rio,

Inhumas, Ceres, Trindade, Goiânia, Itapaci e Itumbiara, trabalhando como comerciantes e hortifrutigranjeiros, além de cultivarem café e arroz. A experiência com a lavoura de café foi desastrosa por não terem conhecimento do plantio e pela terra não ser de boa qualidade para esse cultivo em algumas das regiões nas quais se estabeleceram.

Mota (2008, p.32) alega que os japoneses enfrentaram o preconceito e a desconfiança por parte das pessoas já estabelecidas em terras goianas, além da dificuldade e da estranheza comum diante da diferença de hábitos alimentares e formas de comunicação. A chegada dos imigrantes desta nacionalidade em terras goianas se deu com o desdobramento da imigração para as terras paulistas e mineiras.

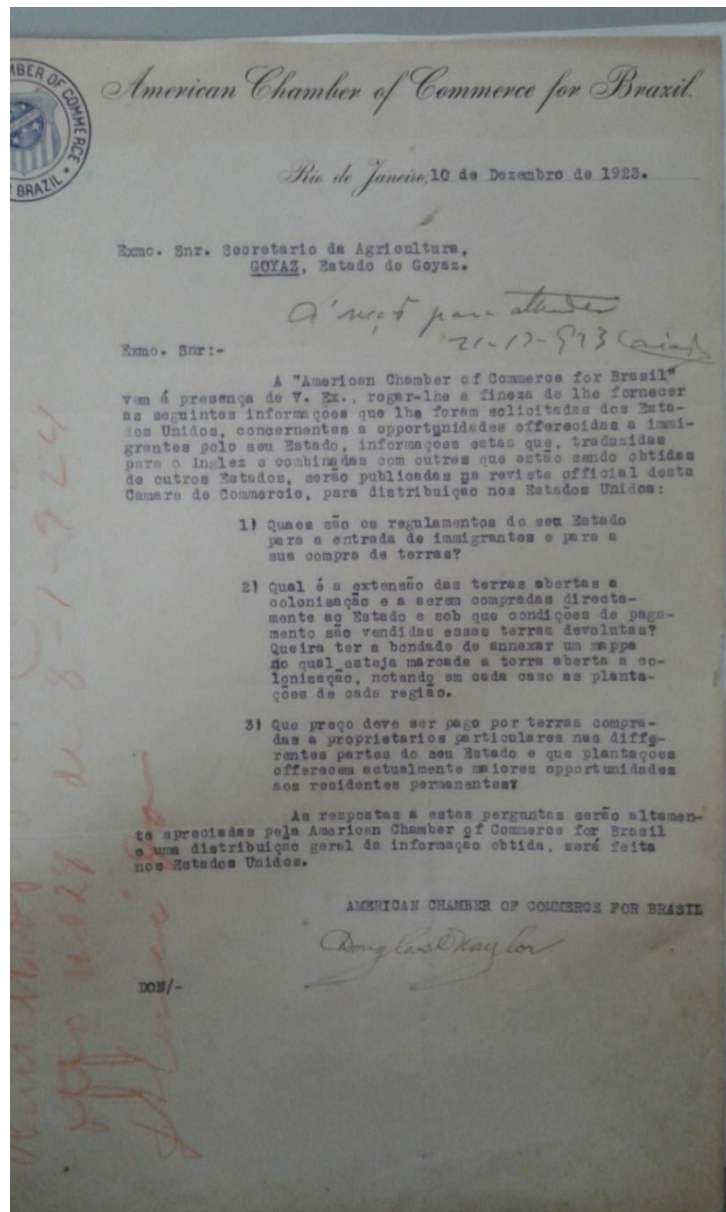
Tanto os imigrantes japoneses como os italianos chegaram às terras goianas, norteados pelo ideal de vir a ser donos da terra. O movimento migratório possui caráter espontâneo, constituído do deslocamento de famílias que, juntas, haviam experimentado os rigores impostos pelo trabalho nas lavouras de café em terras paulistas e mineiras. Uma vez instalados em Goiás, converteram-se em pequenos e médios proprietários dedicando-se principalmente ao cultivo de café seguido do plantio de outros produtos agrícolas (MOTA, 2008, p. 32).

Os imigrantes buscavam pela terra para serem proprietários e não para trabalharem como operários ou escravos. Era a busca por um pedaço de chão para o próprio sustento e a manutenção da família, sem que fosse preciso trabalhar para terceiros, recebendo salários baixos.

Contudo, outro aspecto que determinou a entrada de estrangeiros no Brasil aconteceu na década de 1920, tendo como principal causa o cenário da primeira Guerra Mundial. A Europa estava em crise financeira e de miséria social, causadas pelo conflito, o que levou à fuga de um grande contingente populacional em busca de trabalho, melhores condições de vida e um ambiente de paz.

No ano de 1923, especificamente, a secretaria de agricultura de Goiás recebeu uma carta da “American Chamber of Commerce for Brasil” (Ilustração 6) solicitando informações sobre as oportunidades oferecidas a imigrantes, como a metragem das terras, valores e exigências para a entrada no estado. Estas informações seriam traduzidas para o inglês e divulgadas em revistas oficiais da câmara de comércio nos Estados Unidos.

Ilustração 6 – Carta da American Chamber of Commerce for Brasil



Fonte: Instituto Histórico e Geográfico de Goiás (2017). American Chamber of Commerce for Brasil (1923).

Assim, não somente as nacionalidades relatadas até o momento tiveram interesse em migrar para o estado de Goiás. Os alemães buscaram a imigração como uma alternativa para sobrevivência, devido à forte instabilidade econômica e política pela qual passavam como responsáveis pela primeira grande guerra. A imigração alemã tem forte concentração na região sul do Brasil, mas no estado de Goiás houve dois momentos em que recebeu imigrantes desta nacionalidade. Brito¹⁰ (1981, p. 38), afirma que no ano de 1920 na região de Santa Cruz,

¹⁰ Dissertação de Mestrado do Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Goiás por Maria Helena de Oliveira Brito, sob o título: "A Colônia Alemã de Uvá – uma tentativa oficial de colonização em Goiás (1924 – 1954)".

sul do estado de Goiás, havia a expectativa de atrair 200 famílias alemãs para se fixar na região, uma iniciativa particular do “latifundiário e do vigário geral do bispado de Uberaba”, com a proposta de doação de terras e isenção de impostos como incentivo do governo durante dois anos. Mas, no final, nem dez por cento das famílias se interessaram.

Nova tentativa correu no ano de 1924, mas agora oficial por parte do governo de Goiás. De acordo com Brito (1981, p. 39), havia a proposta de instalar imigrantes alemães no estado. Porém, até o ano de 1924 não tinha sido regulamentado a legislação que regia a imigração para Goiás, gerando alguns entraves no direcionamento dessas famílias. A maior motivação desses alemães era pela oferta de terras, uma espera árdua durante as providências a serem tomadas pelo governo local. Fernandes (2014, p. 25) afirma que, em meio a diversos problemas por falta de infraestrutura para o deslocamento dos imigrantes alemães, estes foram direcionados à atual Cidade de Goiás, sendo 97 famílias alemãs que chegaram ao estado com apoio da “Diretoria de Povoamento do Rio de Janeiro e o Governo de Goiás representado pelo senador Antônio Ramos Caiado” como afirma Brito (1981, p. 50). Após “[...] longa espera para demarcação dos terrenos, além das dificuldades de adaptação com o clima e o solo, bastante diferente daqueles das suas terras de origem” (FERNANDES, 2014, p. 26), foram liberadas as terras aonde iriam se fixar, direcionados à localidade entre a cidade de Goiás e Itapirapurã, que se tornaria a Colônia Uvá. Esses imigrantes enfrentaram dificuldades com promessas feitas pelo governo do estado, que demoraram a serem cumpridas ou simplesmente não se cumpriram. A formação da colônia de imigrantes alemães serviria para abastecer a capital Goiás naquele período, mas eram péssimas as condições de acesso ao local destinado aos alemães. A Colônia de Uvá se reduziu a poucos imigrantes, que permaneceram nesta localidade, dando continuidade aos trabalhos na terra para tirar sua subsistência e desenvolver economicamente o lugar. A Colônia de Uvá é a única no centro-oeste que inicialmente foi formada por imigrantes alemães.

Magalinski; Magalinski (1983), que realizaram estudos sobre Goiás e a imigração, publicados no “Boletim Goiano de Geografia”, citam as distintas etnias de imigrantes que estiveram nesse território. Os imigrantes das nacionalidades relatadas fazem parte deste estudo que os autores realizaram, porém eles ainda citam outras etnias como poloneses, que chegaram entre as décadas de 1930 a 1950 (período que ocorreu a Segunda Guerra Mundial), momento em que a pecuária estava se desenvolvendo em terras goianas, instalando-se nas cidades de Chapada dos Veadeiros, Goiânia, Araguatins, Ceres e Niquelândia. Bem como os Austríacos na década de 1920, na Chapada dos Veadeiros e na década de 1930 em Goiânia e Anápolis. Na mesma ocasião, chegaram os austríacos à Cidade de Goiás. Os russos foram

para a zona rural, que não prosperou. Muitos dispersaram para São Paulo e algumas famílias se deslocaram para Anápolis e outras para Goiânia. Os imigrantes gregos, que chegaram a Goiás no século XX, na década de 1950, somando ao hibridismo cultural no centro-oeste, fixaram-se nas cidades de Anápolis e Goiânia, desenvolvendo atividades de comércio de alimentos e hotelaria, outros desenvolveram atividades na área de educação e artes. Ao mesmo tempo chegaram às terras cerratenses os franceses em menor número nas cidades de Anápolis e Corumbá de Goiás, mas não permaneceram por muitos anos no estado de Goiás.

Por meio de um convênio cultural entre Brasil e países latinos americanos, o estado de Goiás recebeu na década de 1970 distintos estudantes de ensino superior, que acabaram permanecendo em terras goianas. Dentre eles, bolivianos, chilenos, venezuelanos, colombianos, costa riquenhos, salvadorenhos, nicaraguenses, paraguaios e peruanos. A motivação de fincar raízes em terras cerratenses foi por conta de melhores oportunidades de trabalho e por terem constituído família com brasileiro, ampliando o mosaico cultural. Para engrossar um pouco mais essa cultura híbrida no Cerrado, temos os chineses, com data de entrada na década de 1970 no estado e os coreanos na década de 1980, que fazem parte deste caldeirão cultural no Cerrado goiano. Assim, Cardoso (2008) expõe que o continente americano é um conjunto de multiculturas em um mesmo espaço geográfico, a exemplo temos o estado de Goiás que se formou com distintas culturas.

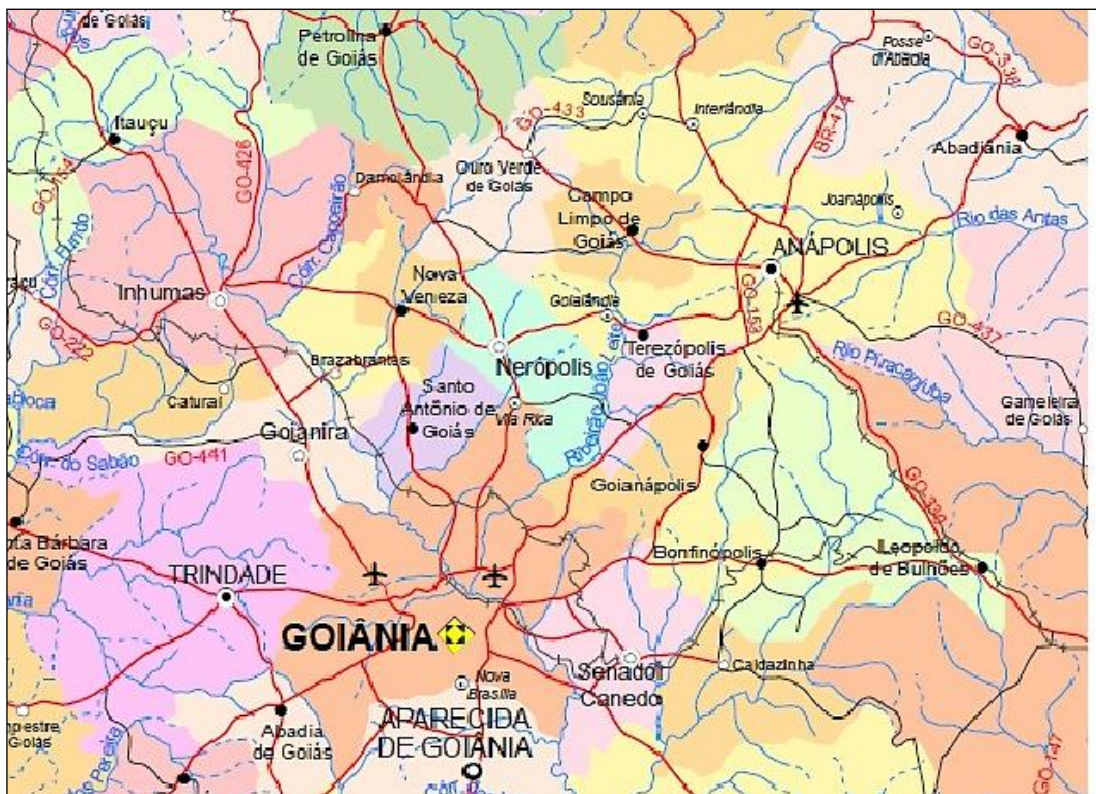
Seguramente existem outras nacionalidades nos mais recônditos lugares do Estado, como suíços, holandeses, ingleses, egípcios e outros, como por exemplo, os americanos em Anápolis e Vianópolis. Algumas famílias vindas recentemente, outras radicadas há muitos anos e, ainda outras das quais não restam mais vestígios. Seus filhos, netos e mesmo bisnetos não sabem informar com relativa precisão alguns dados mais simples, como a nacionalidade e a data de chegada de seus antepassados. Portanto as fontes são inseguras e o tema merece pesquisas confiáveis (MAGALINSKI; MAGALINSKI, 1983, p. 77).

Entre tantas culturas diferentes que contribuíram para a formação do estado, Bertazzo (1992, p. 73) alerta que, antes da formação de Goiás, os choques, encontros e desencontros entre as distintas culturas não deixaram tempo para sedimentar e depurar a diversidade de elementos que foram agregando-se e enriquecendo o território. Mas esta pesquisa se delimita a analisar a presença da cultura italiana no município de Nova Veneza (GO), com a chegada dos imigrantes italianos às terras cerratenses. Assunto abordado no próximo subitem deste capítulo.

1.3. DO SONHO À REALIDADE: IMIGRANTES ITALIANOS EM NOVA VENEZA (GO)

Ao iniciar este subitem, se faz necessário esclarecer que no Brasil existem dois municípios com o nome de Nova Veneza, um situado no estado de Santa Catarina no sul do país e outro pertencem ao estado de Goiás no centro-oeste, e temos ainda em Sumaré, São Paulo, região sudeste o distrito de Nova Veneza. O recorte geográfico é o município pertencente ao estado de Goiás, cidade de Nova Veneza¹¹, sua área territorial é de 127.377 km², sua população foi estimada no ano de 2016 em 9.249¹² pessoas. O município (Ilustração 7) faz divisa com Brazabranes, Nerópolis, Ouro Verde de Goiás, Santo Antônio de Goiás e Damolândia, com boa rede de acesso, como mostram as ilustrações dos mapas na sequência, município este que realiza o Festival Italiano.

Ilustração 7 – Localização de Nova Veneza no mapa político do estado de Goiás



Fonte: IBGE (2017).

¹¹ Nova Veneza (GO) está localizada na região conhecida como mato grosso goiano, terras que pertenciam à cidade de Anápolis no século XIX e meados do XX, território em que se instalou a colônia de italianos que migrou de Minas Gerais, em busca de terras produtivas e baratas.

¹² Dados fornecidos pelo site do IBGE.

Localizada aproximadamente há 45 km do centro da capital Goiânia, a cidade tem acesso pelas GO 462 ou GO 080 e GO 222 (Ilustrações 8 e 9), sendo que o trajeto a percorrer é asfaltado e possui sinalização e iluminação adequadas. Os mapas seguintes derivam de fontes distintas, porém visualizamos que mesmo estando no século XXI, a Ilustração 9 apresenta ainda a denominação de Goianás¹³ para Nova Veneza, não estando atualizado.

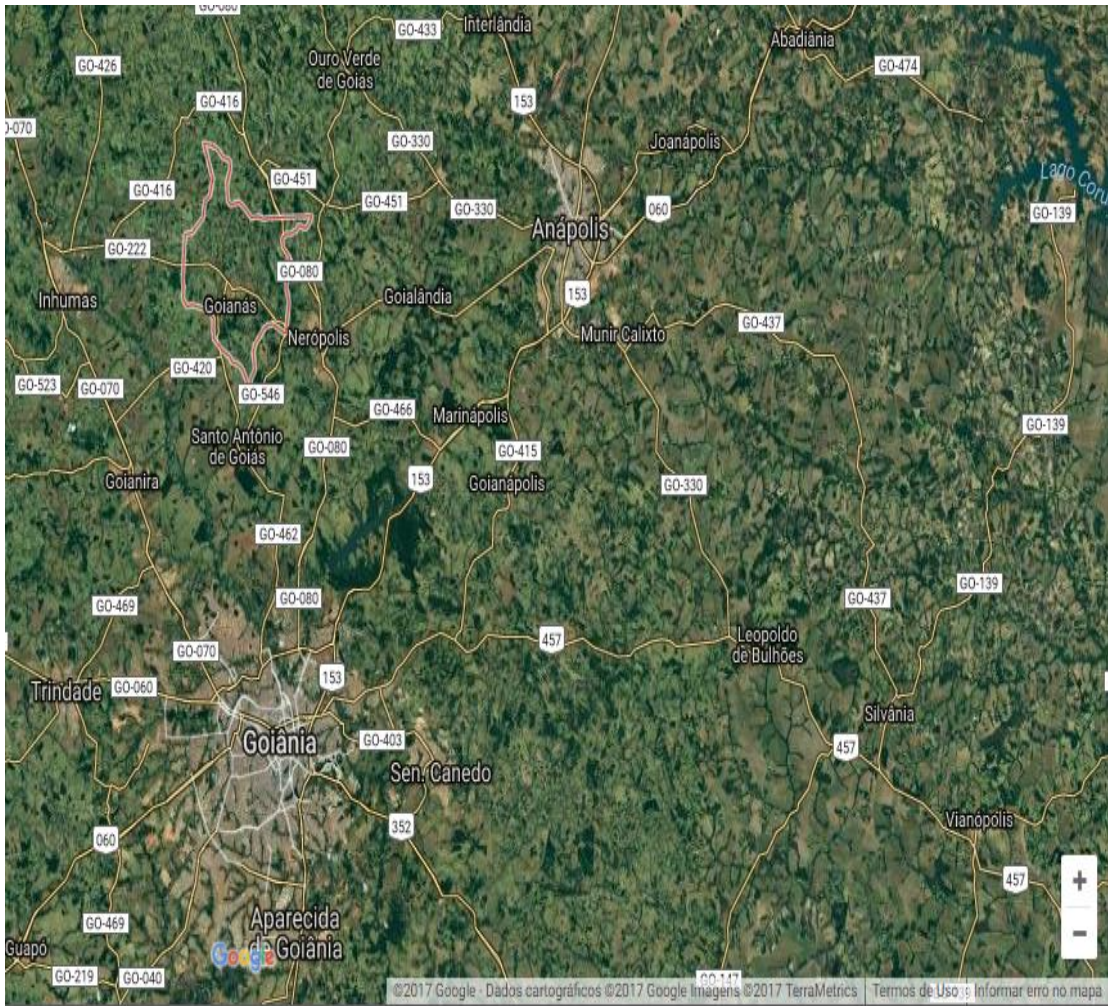
Ilustração 8 – Mapa com rodovias de acesso a Nova Veneza (GO)



Fonte: AMIZA (2017), acervo pessoal.

¹³ O nome de Nova Veneza foi mudado para Goianás (nome de origem indígena), temendo perseguição ou represália da guerra, segundo Stival (2011).

Ilustração 9 – Mapa de Nova Veneza (GO) via satélite



Fonte: Google Mapa (2017).

Como já referido, a grande concentração de imigrantes italianos fixou-se nas regiões sul e sudeste do Brasil, mas esses imigrantes tornam-se uma peculiaridade em terras goianas, na visão de Bertazzo (1992, p. 128), pois faz referência e com certa surpresa ao citar a imigração italiana, que “[...], em pleno Centro-oeste brasileiro, tenhamos algo que lembra a grande epopéia que foi a imigração europeia do século XIX e XX [...], frente ao avanço do capitalismo”, e quando o estado de Goiás buscava alternativas para se desenvolver economicamente.

Na região do Mato Grosso de Goiás no ano de 1912, parte da região em que hoje está Nova Veneza (GO), chegaram os italianos, que pertenciam à região do Vêneto a nordeste da Península Itálica, composta pelas províncias de *Pádua*, *Rovigo*, *Belluno*, *Treviso*, *Verona*, *Vicenza* e *Veneza* (capital da região), como demonstra o mapa abaixo (Ilustração 10).

Ilustração 10 – Mapa da região de Vêneto na Itália



Fonte: Família Lorenzon e Lorenzoni (2011).

Na Itália, esses imigrantes viviam na *comune* (município) *Treviso*, na província de Veneza, zona rural de acordo com Stival (2011), sendo a agricultura a atividade predominante no século XIX na Itália, praticada por camponeses para o sustento de suas famílias. Sua base alimentar era retirado do campo, com o plantio do milho (comum na região do norte, que, após beneficiado, tem-se a farinha de milho “fubá” para a confecção da polenta), arroz, uva para a produção do vinho para consumo próprio, criação de animais como porcos e vacas, com a produção de leite para o sustento da família, baseados na agricultura de subsistência.

No entanto, a unificação deste país, complicou as condições para a sobrevivência dos italianos menos afortunados. Bertonha (2005) analisa a unificação da Itália apontando o sofrimento que sua população presenciava com a economia que não se desenvolvia tão rapidamente e com altas taxas de impostos cobrados, levando muitos à falência.

A revolução industrial e o capitalismo nas últimas décadas do século XIX influenciaram a economia italiana, pois, a população trabalhava no campo com a agricultura rústica, sem novas tecnologias. Desta forma, se submeteu a buscar oportunidade nas indústrias que despontam na Itália, assim como no serviço militar que os camponeses prestavam à sua pátria de origem, vivenciando o processo de independência, entre outras situações que afetavam o povo italiano.

Sem prever ou saber para onde o grupo familiar Stival e Fachin migraria, um membro da prole esteve visitando alguns países do continente americano, antes da definição da nova rota a seguir por esses imigrantes, que deixaram seu país de origem na busca de um sonho.

Segundo Bertazzo (1992) e Gonçalves (1992), a transferência desta grande família para o Brasil demonstra a valorização dos laços afetivos entre os parentes (convívio familiar tradicional) à convivência entre si e a união, gerando assim o grande grupo familiar composto por sete famílias (Ilustração 11), totalizando um número de 32 pessoas entre homens, mulheres e crianças.

Ilustração 11 – Certidão de Desembarque da família Luigi Stival

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA
MEMORIAL DO IMIGRANTE
MUSEU DA IMIGRAÇÃO

CERTIDÃO DE DESEMBARQUE 02616

AUTOS - Nº 5.451/99

CERTIFICO constar do Livro de Registro de Imigrantes da Hospedaria de São Paulo, 53/233 e Relação de Emigrantes embarcados em Genova em 20/3/1.896 - do nome acervo documental, os seguintes dados de LUIGI STIVAL

Nacionalidade: Italiana
 Filiação: Nada consta
 Data de Nascimento ou Idade: 51 anos Sexo: Masculino
 Estado Civil: Casado Profissão: Agricultor
 Navio: "PARÁ" procedente do porto de Genova.
 Origem: TREVISO
 Destino: FORTALEZA, fazenda de Dr. Theodino de Carvalho.
 Passaporte Nº: Nada consta
 DATA DE DESEMBARQUE: 13 de Abril de 1.896, em Santos.
 Chefe ou Responsável: O próprio
 Composição da Família: REGINA, esposa (41 anos)
 OBS - Em anexo relação das demais pessoas que compõem a família.

São Paulo, 21 de dezembro de 19 99

Responsável pelo levantamento da informação
WALDIR ROSSI
RG 2.928.682-7

Directora do Museu da Imigração
MIDORY KIMURA FIGUETI

SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA
MEMORIAL DO IMIGRANTE
MUSEU DA IMIGRAÇÃO

AUTOS: 5.451/99

RELAÇÃO DAS DEMAIS PESSOAS QUE COMPÕEM A FAMÍLIA DE LUIGI STIVAL

VIRGINIA, filha - 18 anos
 SANTI-irmão - 52 anos
 ELENA - cunhada - 47 anos
 LUGIA - sobrinha - 21 anos
 ANTONIO - irmão - 47 anos
 MARIA - cunhada - 42 anos
 CECILINDA - 15 anos - sobrinha
 ROSA - 21 anos - sobrinha
 GIUSEPPE - 12 anos - sobrinho
 EUGENIA - 08 anos - sobrinha
 STELLA - 04 anos - sobrinha
 GIOACCHINO - 18 anos - sobrinho
 ANTONIO - 28 anos - filho
 ANNA - 26 anos - nora
 LUIGI - 04 anos - neto
 EMILIO - 01 ano - neto
 GIOVANNI - 26 anos
 PASQUA - 18 anos
 CELESTINO - 20 anos
 ANNA - 54 anos - cunhada
 CARLO - 17 anos
 ANIANO - 23 anos - cunhado
 LUIGIA - 52 anos
 GIOVANNI - 26 anos - cunhado
 MARIA - 22 anos
 FABRIZIO - 30 anos - exposto
 MARIA - 27 anos - sobrinha
 ANGELA - 05 anos - sobrinha
 OFELIA - 03 anos - sobrinha
 ROMANO - 01 ano - sobrinho.

São Paulo, 21 de dezembro de 1999

WALDIR ROSSI
Setor de Pesquisa/MI

Fonte: Köhler (2016), imagem fotografada no Museu José Peixoto Neto, Nova Veneza (GO).

Estas pessoas partiram das *comunes* (municípios) *Ceggia, Torre Di Mosto, Motta Di Livenza e Cessalto*, da província de *Treviso*, na região do Vêneto, rumo a Gênova na Itália. Partiram do Porto de Gênova no dia 20 de março de 1896, iniciando o processo de travessia do oceano atlântico que percorreria mais de 9 mil km em 23 dias até aportarem no Porto de Santos (SP), no Brasil.

Um ano antes da chegada dos imigrantes ao Brasil, no dia 23 de março de 1895,

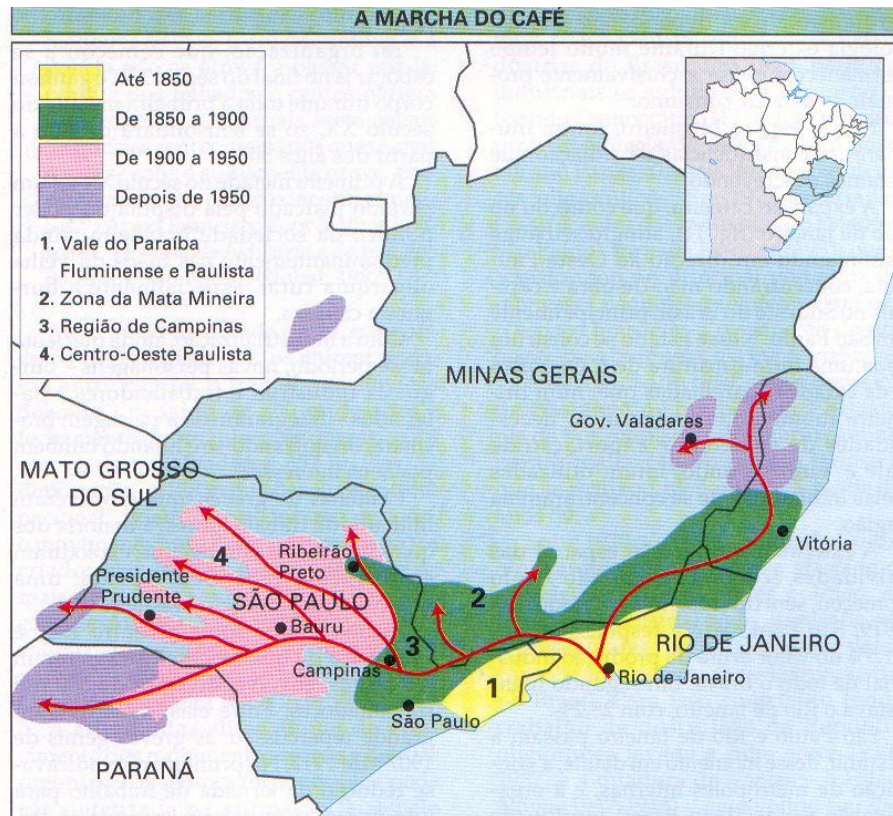
chegou um dos primeiros moradores à região do mato grosso goiano, local do atual município de Nova Veneza (GO). A família Loures adquiriu terras nesta região e, com o passar do tempo, outras famílias fizeram o mesmo, assim como, os Souza, Gomes, Camilo, Raimundo e Silva. As propriedades dessas famílias não eram próximas, a distância não proporcionava o desenvolvimento de uma vila ou comunidade, já que era uma região rural.

Os imigrantes que se direcionaram para o Brasil chegaram ao porto no estado de São Paulo, de onde eram direcionados à Hospedaria de Imigrantes, passavam por inspeção médica e recebiam refeição e hospedagem no período em que aguardavam para ser encaminhados ao trabalho. O grupo familiar Stival e Fachin, foi direcionado à Fazenda Santo Antônio em Ribeirão Preto (SP) (BERTAZZO, 1992, p. 60) e permaneceu trabalhando no cultivo e na produção de café nesta região por um período estimado de dois anos¹⁴.

O nascimento da lavoura de café no Brasil segundo Martins (1990) iniciou a partir do Século XVIII, quando o mercado internacional abria oportunidades para o Brasil produzir o café, quando grandes produtores internacionais vivenciavam guerras em seus territórios, prejudicando a produção e exportação. O café surgiu ao norte da África, na região de *Kaffa*, considerado artigo de luxo, por ser um produto exótico, atingiu toda a Europa via cidade de Veneza a partir do século XVI, sendo esta cidade de grande prestígio comercial. O café no século XVIII era conhecido pela Europa e alguns países já o produziam. Mesmo assim, mantinha o *status* de artigo de luxo para a população menos afortunada, devido ao autovalor que era comercializado este produto após beneficiado. As sementes do café eram utilizadas para presentear as pessoas da alta sociedade. Desta forma, o café chegou ao Brasil, pessoas da elite brasileira receberam sementes de café como presente e as mesmas foram cultivadas. As terras férteis, o clima favorável e a mão de obra a baixo custo proporcionaram o desenvolvimento das lavouras cafeeiras, se expandindo pelo Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo chegando a Goiás no século XX (Ilustração 12).

¹⁴ Essa informação se comprova pela certidão de nascimento de Victório Stival em 05/03/1898, na Fazenda Santo Antônio em Ribeirão Preto, São Paulo, segundo Stival (2011).

Ilustração 12 – Regiões cafeeiras nos séculos XVIII e XIX



Fonte: Geocities - Fonte: João Antônio Rodriguês. Atlas para Estudos Sociais. Rio de Janeiro, Ao Livro Técnico, 1977.

A expansão da cafeicultura na região de Minas Gerais ao final do século XIX e início do século XX conduziu a família Stival e Fachin para esse estado. Após sua chegada ao Brasil, a família permaneceu em Ribeirão Preto (SP), migrando para a região de Uberaba (MG), no ano de 1898 se instalaram por alguns meses em Capim Branco (hoje Guaxima) e transferiram-se posteriormente para Sacramento e Conquista, regiões que receberam várias outras famílias de imigrantes italianos.

O trabalho de conjunto das famílias, a laboriosidade e, certamente, a alta produtividade das terras, deu condições aos imigrantes de juntar umas economias num prazo relativamente curto. Souberam também explorar o filão que, na conjuntura do período, sustentava o mesmo Brasil: o café, o “ouro negro”. Foi esse o instrumento de alforria dos nossos imigrantes vênnetos (BERTAZZO, 1992, p. 61).

Com as economias que conseguiram juntar no período de trabalho nas lavouras cafeeiras em Ribeirão Preto (SP), onde adquiriram experiência com a terra e o plantio desta monocultura, os membros desta família compraram terras em Minas Gerais, iniciando sua própria lavoura de café (BERTAZZO, 1992).

Permaneceram em Minas Gerais por quatorze anos, de 1898 a 1912, neste período teve

nascimentos de novos membros da família e novos matrimônios, ultrapassando o número de quarenta pessoas vivendo na mesma propriedade. A união e os laços familiares permaneceram mesmo uma década após terem deixado seu país de origem e tendo sofrido as adversidades na busca de novas oportunidades de sobrevivência, como afirma Bertazzo (1992, p. 66) “a força da tradição religiosa, por exemplo, era fortíssima, e isso ajuda a entender o entrosamento e a amizade que os italianos estabeleceram”, entre seus parentes e com a nova sociedade que os recebia, bem como a laboriosidade desses imigrantes na terra que compraram com trabalho, suor e economias realizadas ao longo dos anos em solo brasileiro.

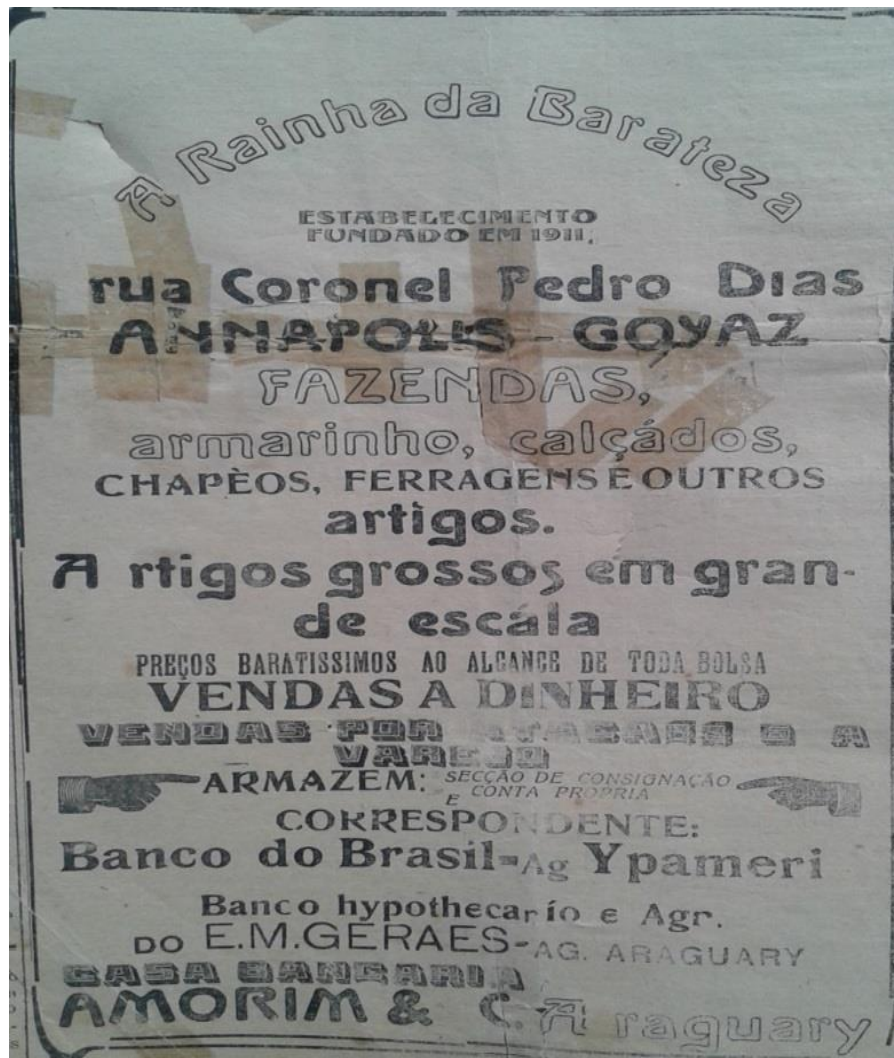
O sonho começava a tornar-se realidade ao adquirir um pedaço de terra para sustentar toda a família. Mas, o pensamento e a saudade que ficaram da terra natal, paisagem de toda uma vida, onde nasceram e viveram, era constante (BERTAZZO, 1992, p. 67). Memórias que representavam um passado não tão distante na época que imigraram para o Brasil, com pensamentos em um dia retornar para sua terra de origem, o que se mostrava cada vez mais distante de acontecer, já que as terras contraídas em Minas Gerais não se desenvolviam de forma rentável, o solo não proporcionava grande produtividade, despertando o interesse em buscar novas terras.

Bertazzo (1992, p. 71) afirma que a família Stival e Fachin mantinha um bom relacionamento com o padre Pedro Santa Cruz da cidade de Sacramento (MG), já que a religião é algo forte na cultura italiana, como citado anteriormente. Essa amizade rendeu a indicação das terras em Goiás como produtivas e baratas por parte de uma tia do padre, amigo da família.

O estado de Goiás em primeiro momento não era visto como um estado promissor, mas adquiriu certa importância “quando São Paulo passou a procurar Goiás e o centro-oeste tendo algo a oferecer”, com o fim da mineração aurífera a agricultura de subsistência e a produção pecuária surgiam como opção comercial, a construção da estrada de ferro e a construção das rodovias formavam novos centros urbanos (BERTAZZO, 1992, p. 77). O desenvolvimento econômico brotava em meio a dificuldades e o atraso que retraía o incremento das terras goianas, com o desenvolvimento da agricultura e pecuária, gradativamente o povoamento se expandia e acelerou-se no século XX. A estrada de ferro contribuiu para esta expansão, assim como a imigração. Terras baratas e férteis estimulavam a compra de terras devolutas junto ao governo do estado. “Desse modo, aos poucos, o sul e o sudeste de Goiás foram ocupados. Na região onde surgirá Nova Veneza – próximo a Anápolis – chegaram os mineiros” (BERTAZZO, 1992, p. 79), mas, já habitavam essas terras os goianos.

A necessidade de buscar terras produtivas gerava a insegurança de não saber o que iriam encontrar ao migrarem para um novo lugar, para explorar as novas possibilidades de adquirir terras que fossem produtivas em solo goiano. Por isso, antes de todo o grupo familiar se deslocar em sentido a Goiás, vieram na frente os irmãos João e Cesário Stival com o primo Joaquim. Por carta de recomendação foram direcionados a procurar Antônio de Pina, pessoa de prestígio e projeção econômica e social em Anápolis, dono do estabelecimento a “Rainha da Barateza” (Ilustração 13), que comercializava uma variedade de produtos e atendia a consignação com bancos.

Ilustração 13 – Propaganda em jornal d’A Rainha da Barateza



Fonte: Museu Histórico de Anápolis (2017). Jornal Correio de Annápolis, 05 de maio de 1929.

O Sr. Antônio de Pina encaminhou os italianos para Manuel Antônio de Souza, que havia migrado de Minas Gerais para Goiás com sua família e se estabelecido na região que

hoje se denomina Nova Veneza, no ano de 1895. Os três italianos foram apresentados a Manoel Ivo, compadre de Manuel Antônio, que tinha a habilidade de realizar transações de compra e venda de terras.

Manoel Ivo requerera na capital o título de um terreno que demarcara a olho, como era comum naquele tempo: [...] o título assinalava um terreno de 20 alqueires. Em pagamento do título e do terreno ali demarcado, Manoel Ivo pediu e obteve 10 contos de réis. Quem pagou foi a “sociedade” composta por irmãos e primos – 7 famílias – que confiavam nos três exploradores. Todos foram representados, juridicamente, por João Stival. Foi assim que a Fazenda Barra da Cachoeira trocou de dono. Na cidade de Goiás foi feita a transferência do título, como exigia a lei (BERTAZZO, 1992, p. 85).

Para concretizar a compra da nova terra, era preciso organizar a documentação e realizar a medição e demarcação do solo adquirido, o que surpreendeu os imigrantes ao finalizar a demarcação, totalizando 362,5 alqueires de terra. Enquanto João e Joaquim Stival retornam ao estado de Minas Gerais para vender suas terras e organizar a mudança com toda a família, em direção ao novo destino, Cesário Stival ficou em solo goiano para encaminhar a construção da casa que seria abrigo de todo o grupo familiar. Portanto, a preocupação não estava somente em construir um abrigo, mas em preparar a terra para o plantio da roça, da qual se tiraria a subsistência de todos.

Contudo, Bertazzo (1992, p. 87) afirma que “em 5 de outubro de 1912, no quilômetro 546 da estrada de ferro. [...], o trem os levou até Anhanguera – primeiro ponto que a ferrovia atingia em território goiano”. O trem não foi o único meio de transporte. Desde Catalão seguiriam viagem utilizando carroça e carros de bois. Todo o percurso percorrido e as dificuldades e atrasos enfrentados devido ao período de chuvas, a viagem procrastinou em dois meses para chegar ao seu destino final. “Era o dia 4 de dezembro de 1912, dia de Santa Bárbara. Esta data está na memória dos filhos dos pioneiros porque era celebrada, mesmo anos depois, como o “dia da chegada”. Daqui para frente é tempo de fincar raízes e dar frutos” (BERTAZZO, 1992, p. 88).

Portanto, o primeiro contato entre italianos e goianos se deu em uma tarde, na casa do então sogro de Cesário Stival (que permanecera em Goiás), o mesmo era viúvo e se casou com a filha do Sr. Manuel Antônio de Souza, enquanto preparava a construção da casa e a lavoura, para a mudança da família Stival e Fachin. Neste dia celebrava-se o “ramalhete”, terço rezado nas casas à tarde. Esta tradição durou por muito tempo em Nova Veneza, hoje já não ocorre mais. O primeiro contato entre culturas diferentes na participação da reza, o local acolhendo o estrangeiro, “iniciou uma convivência em que aparecem as características de

miscigenação, aproximação e choques próprios do encontro de culturas diferentes (BERTAZZO, 1992, p. 88)”. Ainda este autor identifica as características da interação entre as culturas distintas no casamento de Cesário Stival com Justa Francisca Souza, o encontro em que a reza une duas culturas. São aspectos elencados como práticas do hibridismo cultural por Burke (2003), o que será apresentado no próximo capítulo.

Desta forma, adaptavam-se à nova realidade e enfrentavam as dificuldades do início de uma nova etapa na vida desses imigrantes. Construíram a grande casa que acomodaria toda a família, formaram roça para sua subsistência, mas inicialmente o cardápio dos primeiros tempos era composto de mandioca, abóbora, milho cozido, a rapadura era o adoçante, alimentos que a região produzia agregando frutos brasileiros aos costumes dos italianos. A “farinha de trigo” para fazer o macarrão veio de Minas Gerais na mudança, “estava salva a festa e a italianidade (BERTAZZO, 1992, p. 89)”.

Com a chegada dos imigrantes italianos em território goiano, compreende-se que, mesmo tendo um cardápio com variedades diferentes, os costumes alimentares não se perderam de todo com a imigração. Mas foi fortalecido, agregado com novos alimentos encontrados ao longo do percurso, pois, era a condição em que se encontravam, até este povo fincar raízes em Goiás. Eles trabalharam com afinco na terra e na construção da casa, recordavam as dificuldades enfrentadas na Itália, a falta de terra fértil, a escassez de alimentos, entre outros. Mas, agora, em terras goianas, valorizava-se o presente, a conquista após muito esforço e trabalho. Tanto que as pessoas que já viviam na região onde os italianos adquiriram suas terras, achavam estranha a operosidade desses imigrantes, sempre estavam envolvidos com o trabalho, mudando-se o espaço ocupado pelas matas em sua propriedade, transformadas em lavouras, só os viam sem fazer nada em dias santos.

O território no qual se encontravam foi se desenvolvendo e a convivência entre goianos, mineiros e italianos aparecia quando se opunham ou integravam-se, devido às distintas mentalidades, a percepção e o sentimento de relação que tinham com a terra e o ambiente diferente de quem vinha de fora com vivências variadas. “Eram experiências diferentes que conviviam e concepções variadas em relação ao trabalho e à vida, culturas diferentes que se aproximavam criando harmonias e choques” (BERTAZZO, 1992, p. 90).

Mesmo diante destas características e vivências distintas, foi aos poucos integrando sua cultura à brasileira. A formação da nova comunidade não deixava morrer as origens a que pertenciam os italianos. O lugar passou a ter denominação de “Colônia dos Italianos” – “o que indica claramente que os recém-chegados se impuseram frente aos moradores mais antigos” (BERTAZZO, 1992, p. 91).

Ao descrever a organização da vida na colônia dos italianos, Bertazzo (1992) demonstra o encontro e o choque entre culturas diferentes. Os italianos sempre comparavam as similaridades brasileiras com sua própria cultura e buscavam o que se tinha na Itália que era muito próximo ao que se encontrava localmente. Tendo em comum a terra de onde tiravam seu sustento, sem precisar de outras pessoas para essa finalidade, enxergavam a terra como um meio de lhes garantir a sobrevivência. Para os italianos, o solo era uma ferramenta de mudança de condição, seja no sustento ou na vida social. Por isso, consideravam que, aos moradores locais, faltava iniciativa e ambição para prosperar. Já os brasileiros criticavam a afobação, pois consideravam um exagero de trabalho por parte dos italianos, que era de sol a sol.

Para os italianos, a propriedade da terra era condição para deixar o mundo de exploração, submissão e miséria a que estavam sujeitos na Itália. Demonstrar que eram donos da terra, significava exercer um domínio efetivo sobre ela tornando-a produtiva e recebendo satisfação econômica. Além da fartura de alimentos lhes proporcionar também a satisfação psicológicas que prova quem “está por cima”, realizar um trabalho incessante na terra era um meio para demonstrar que, finalmente, eram vencedores e dominavam sobre uma propriedade, eles que tinham sido vítimas do capitalismo e obrigados a fugir da fome, da miséria e da opressão (BERTAZZO, 1992, p. 93).

O caminho percorrido da Itália até Goiás foi difícil, mas adquiriam experiências distintas com a laboriosidade, dando “aos italianos a supremacia econômica e social no lugar” (BERTAZZO, 1992, p. 95). O autor expõe o ressentimento, a mágoa e as queixas de moradores locais que declaravam que “italiano expulsava goiano”, “italiano está comprando tudo”, sucumbiam os que possuíam condições inferiores aos dominantes.

Nova Veneza desenvolveu-se com as lavouras de café, onde os imigrantes italianos foram os pioneiros a cultivar esse produto na região. Essa organização social desabrochava para uma cidade, com vitalidade e agregando novos rumos, as famílias cresciam e precisavam de novas estruturas e serviços como escolas, igreja e serviços públicos, pois, de região rural esta sociedade humana estava se organizando em uma área urbana.

Portanto, certifica Bertazzo (1992, p. 122) que

[...] houve um golpe de “genialidade” por parte destes imigrantes que, em pleno sertão goiano, vislumbraram a possibilidade do surgimento de uma cidade com suas ruas bem alinhadas, a igreja no meio, a praça central e todos os serviços essenciais assegurados... algo que fosse também no nome uma recriação, pelo menos em parte, da cidade natal.

A grande família Stival e Fachin, morava em uma única casa. Com seu crescimento,

surge a necessidade de dividir a propriedade comum. Em 1917, novas famílias de imigrantes chegaram às terras que no futuro seriam intituladas por Nova Veneza, as famílias “Constantino, Spessoto, Bosco, Bizzinotto, Pivetta, Gasparetto, Favorin e outros (Ilustração 14): todos dinamizaram o lugar” (BERTAZZO, 1992, p. 122).

Ilustração 14 – Brasões das famílias de imigrantes italianos que constituíram Nova Veneza (GO)



Fonte: Museu José Peixoto Neto, Nova Veneza (GO) (2016).

De acordo com Gonçalves (1992, p. 33), “João Stival [...] decidiu, então, fundar, oficialmente, um povoado nas terras, de sua propriedade”, doando parte de suas terras para a criação de Nova Veneza¹⁵. Contudo, Bertazzo (1992, p. 86) relata que os descendentes de imigrantes citavam que “existia a promessa e o voto de que, onde comprassem e fossem morar em ‘sua’ terra, cederia uma área para Nossa Senhora do Carmo, a padroeira da igreja que tinham deixado na Itália”, reforçando a vida religiosa desses imigrantes. Assim, também doou a Nossa Senhora do Carmo parte da terra denominada “Cruzeiro” na Fazenda Barra da Cachoeira.

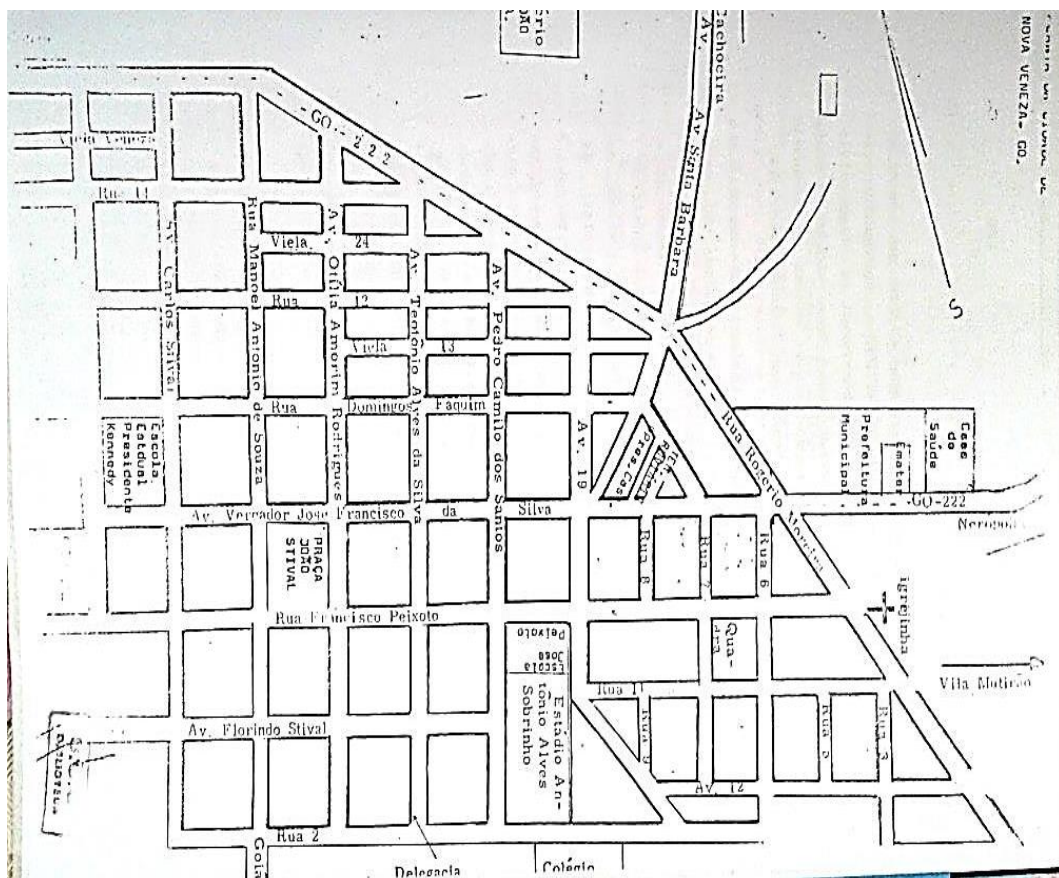
Em doação contém uma cláusula especial que diz: “... para o fim especial e debaixo de expressa condição de ser edificada uma cidade que se chamará “Nova Veneza”,

¹⁵ Escritura pública lavrada no cartório do 1º. Ofício de Anápolis, livro 028, às páginas 96-98, conforme Maria Isis Gonçalves (1992).

de acordo com o projeto e com o regulamento apresentado pelo Engenheiro Civil, Doutor Carlos Seixas Pereira, e neste caso, ficará pertencendo à mesma Santa, toda a posse e domínio da mencionada sorte de terra de hoje para sempre...” (GONÇALVES, 1992, p. 33).

O desejo de construir uma nova cidade se realizava ao doar parte de suas terras para a construção de um povoado. Um sonho que saía do papel para se tornar realidade (Ilustrações 15 e 16), começava o planejamento do povoado, simbolizando a esperança e o desenvolvimento do futuro.

Ilustração 15 – Planta da cidade de Nova Veneza (GO)

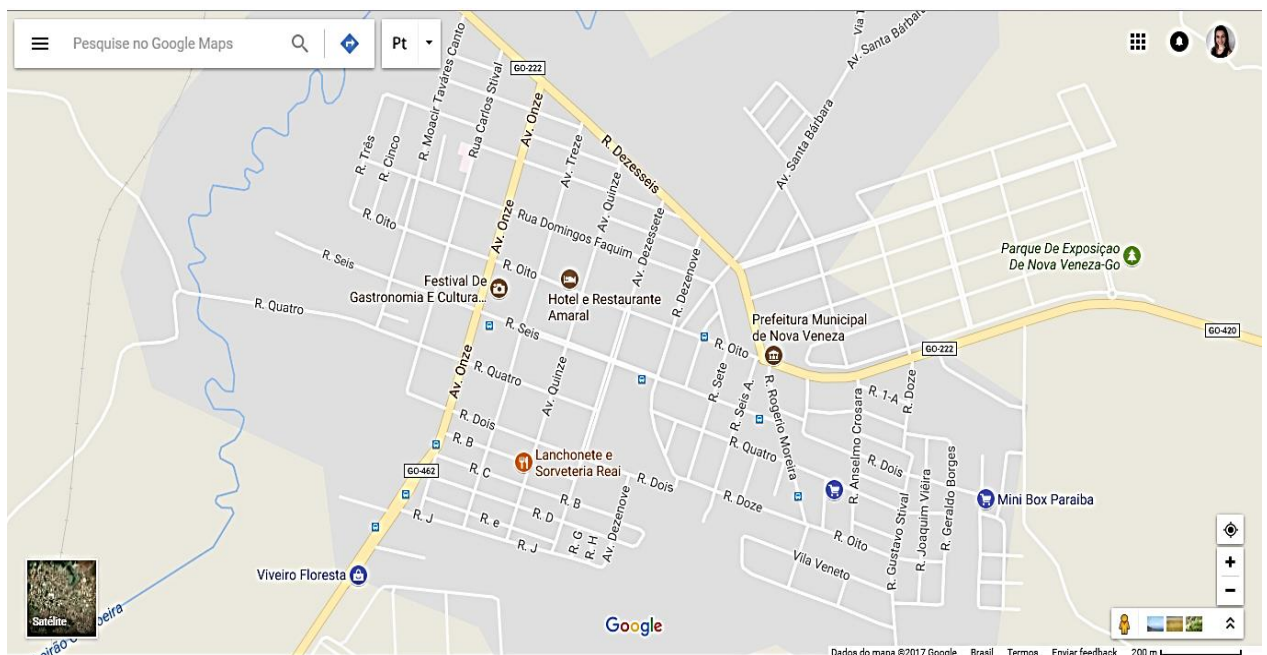


Fonte: Bertazzo (1992).

Existia um projeto da estrada de ferro Goyaz, que passaria por Nova Veneza (GO), promessa que não se realizou. Essa via de comunicação teria desenvolvido e valorizado a região. Contudo, isso não interferiu no desenvolvimento desta cidade, que, em 12 de dezembro de 1930, pela resolução municipal nº. 9, teve a denominada Colônia de Italianos elevada a Distrito de São João, pertencente ao município de Anápolis, com o nome de Nova Veneza, permanecendo até a Segunda Guerra Mundial, quando foi mudado para Goianás, na

tentativa de preservar os cidadãos imigrantes, pois a Itália era aliada da Alemanha nazista. Como consequência deste apoio, poderiam ocorrer retaliações aos imigrantes italianos em solo brasileiro, assim todos os meios de comunicação e nomes de cidades ou até mesmo o idioma ou dialetos foram substituídos pela língua portuguesa, mais por questões de segurança nacional.

Ilustração 16 – Mapa de Nova Veneza (GO) em 2017



Fonte: Google Mapa (2017).

Verifica-se que ambas as ilustrações acima mantém semelhanças do que foi planejado ao constituir o povoado. Hoje no século XXI o município conta com uma infraestrutura melhor que o século XX, com a contribuição da gestão pública local e estadual, com ruas asfaltadas, iluminação para as residências e ruas, posto de saúde, escolas e comércio em geral. Goianás foi elevada de distrito à categoria de município¹⁶ em 14 de novembro de 1958, retornando com a denominação de Nova Veneza. A primeira eleição do município ocorreu somente em 1960. Antes destas eleições, existia o prefeito interino que permaneceu de 1958 a 1960, o Sr. Odilon Antônio da Silva. O primeiro prefeito eleito foi José Peixoto Neto que permaneceu no período administrativo de 1961 a 1966. Outros prefeitos que passaram pela Administração de Nova Veneza foram: João Batista Stival em dois mandatos 1966-1970 e 1973-1977; Saavedra Feliciano Rodrigues 1970-1973; Moacir Tavares Canto 1977-1978;

¹⁶ Lei estadual n.º. 2095, de 14 de novembro de 1958, segundo Bertazzo (1992) e Stival; Stival; Fachin (2011).

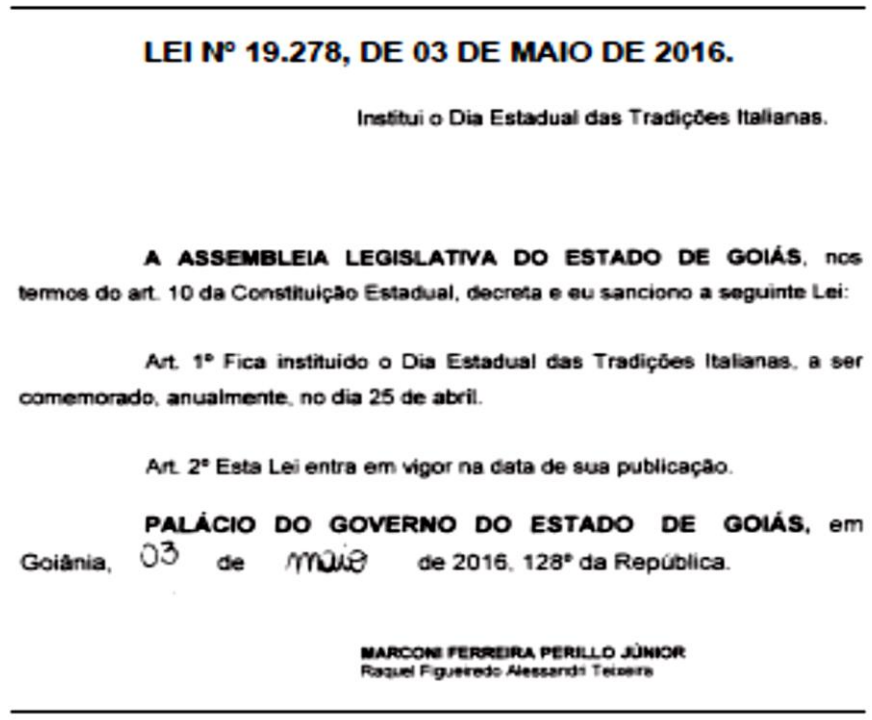
Francisco Roldão Leles 1978-1983; Marinho José Alves 1983-1988; Oswaldo Stival 1989-1992, conseqüentemente outras gestões públicas passaram e ainda virão para contribuir com o desenvolvimento desta cidade.

De acordo com Gonçalves (1992) o apoio para o desenvolvimento deste município pelos imigrantes e descendentes não parou por aí, pois buscaram investimentos para escolas, postos de saúde e serviços públicos, trouxeram a energia por meio de geradores que funcionavam no período das 18h às 22h, fundaram a primeira Banda de Nova Veneza em 1932, entre outras estruturas que se projetaram para prestar serviços para a população local, além do desenvolvimento econômico, social e cultural.

Ao longo de todo o seu processo histórico, Nova Veneza tem participado do desenvolvimento sócio-econômico, político e cultural do Estado de Goiás, através do trabalho consciente de seus habitantes que reconheceu o valor deste município no contexto goiano (GONÇALVES, 1992, p. 39 PDF).

O Estado de Goiás não só reconheceu o valor desta cidade, como apoia até os dias atuais a cultura italiana por meio do Festival Italiano que ocorre anualmente neste município, sendo este evento parte integrante do Circuito Gastronômico do estado que ocorre desde 2016, junto com outras cidades participantes. Outro aspecto que demonstra o reconhecimento da cultura italiana foi o projeto de Lei nº. 491, de 12 de novembro de 2015, proposto pelo deputado estadual Luís Cesar Bueno, aprovado pela Assembleia Legislativa do estado de Goiás, publicado no Diário Oficial do Estado de Goiás em 05 de maio de 2016 (Ilustração 17) a Lei nº 19.278, de 03 de maio de 2016, quando o governador Marconi Ferreira Perillo Junior sancionou a mesma, criando o Dia Estadual das Tradições Italianas, comemorado no dia 25 de abril. Nacionalmente o dia do imigrante italiano é comemorado em 21 de fevereiro, quando no Brasil aportou o navio Sofia com a expedição de italianos no ano de 1874. Um número expressivo de descendentes de italianos vive fora da Itália, e se encontram em território brasileiro, preservando, por meio de costumes e tradições, a cultura de seus ascendentes como uma forma de prestigiar e homenagear os imigrantes italianos que se lançaram no mundo na busca por um lugar novo para sobreviver, fora de seu país de origem.

Ilustração 17 – Lei nº 19.278 - Dia Estadual da Tradição Italiana



Fonte: GOIÁS, Diário Oficial (2016).

O estado de Goiás conta ainda com a *Associazione Italiana di Goiás – AIGO*¹⁷ que é uma entidade sem fins lucrativos de caráter cultural, social, esportivo e beneficente. Fundada em 21 de agosto de 1988, sediada em Goiânia, participam e promovem eventos com a intenção de reunir os imigrantes italianos, seus descendentes e amigos, a AIGO, ao longo de sua história, já realizou vários eventos para promover e divulgar a cultura e a gastronomia italiana.

A valorização da cultura italiana presente no Cerrado pela gestão pública, privada ou sem fins lucrativos têm incentivado e promovendo a atividade turística com o turismo cultural e gastronômico, bem como demonstrando o hibridismo cultural em terras cerratenses, entre goianos e italiano, a exemplo do que ocorre no Festival Italiano de Nova Veneza (GO), que será abordado no segundo capítulo.

¹⁷ Página da rede social face book: italiani in Goiás.

2º CAPÍTULO – O FESTIVAL ITALIANO: HIBRIDISMO CULTURAL, PATRIMÔNIO E TURISMO

Ao analisar o Festival¹⁸ Italiano de Nova Veneza (GO), busca-se compreendê-lo na perspectiva do hibridismo cultural. Os autores Burke (2003) e Cardoso (2008) contribuem para um melhor entendimento do termo e sua utilização nesse estudo. Burke (2003) afirma que o hibridismo cultural é um processo de encontro e troca entre culturas, ocorrendo o contato, a interação, a reprodução de objetos, artefatos e práticas híbridas, representando essa mistura. Se o Festival Italiano contribui para fomentar o hibridismo cultural, quais trocas entre a cultura goiana e a italiana são evidentes nessa manifestação?

Nas sociedades modernas, o agrupamento de culturas é constante, as escolhas do estilo de vida são produzidas pela vida cotidiana, a tradição é uma orientação do passado que influencia o presente e diz respeito ao futuro. Porém, na contemporaneidade, entende-se que, se vive em um mundo em que a tradição nem sempre se mantém, podendo ser inventada, imitada ou agregando costumes já existentes. Poderia este festival ser um *pastiche*, segundo o crítico literário Jameson (2006), uma imitação do passado? Ou uma tradição inventada de acordo com os historiadores Hobsbawm e Ranger (1999), que afirmam que as tradições inventadas agregam um conjunto de práticas, rituais ou símbolos, em que valores e normas são repetidos para se dar continuidade entre passado e presente, que representam a identidade da sociedade? Nesse sentido, pode-se recorrer ao sociólogo Stuart Hall (2005), quando ele fala de uma identidade flexível, móvel e que está em constante transformação, favorecendo o surgimento de identidades híbridas dentro da organização social.

O Festival Italiano, no seu papel de fortalecer a identidade, reproduz aspectos do passado com alguns elementos da cultura como a dança, a música, o artesanato, o esporte e principalmente a culinária. Esses aspectos se destacam no Festival Italiano durante o período de sua realização. Esses elementos compõem os bens culturais de uma sociedade, de um grupo e até mesmo de um indivíduo, representando o passado desta organização e sua história.

Para o arquiteto Lemos (1981), o patrimônio é composto da natureza, do conhecimento, de técnicas, saber fazer e também pelas coisas que o homem produz. Assim, Barreto (2000) doutora em Ciências Sociais, considera que o legado cultural é a herança que

¹⁸ Utilizaremos o termo festival, festa, festividade e evento com o intuito de expressar essa manifestação que ocorre em Nova Veneza (GO), denominado de Festival Italiano: Gastronomia e Cultura. Pois, como destaca Almeida e Souza (2008, p. 30), a festa é polissêmica.

recebemos de nossos antepassados, o conhecimento, o saber fazer e tudo o que o homem produz, seja por herança de família ou pela história do lugar em que vive e pertence sua identidade cultural. O legado cultural e o patrimônio contribuem para o desenvolvimento da atividade turística no mundo, na contemporaneidade e no passado, e proporcionam o intercâmbio de informações e trocas culturais fomentando o hibridismo entre as culturas.

Na atualidade, o turismo gera emprego, renda e desenvolvimento das economias nas cidades. Barreto (1995) afirma que o turismo é um processo econômico que envolve múltiplos segmentos e serviços para atender as necessidades dos turistas e visitantes. A geração de produtos em distintos setores da atividade turística fomenta o consumo por parte desses serviços, gerando emprego e renda local.

Seria o Festival Italiano de Nova Veneza (GO) um legado cultural deixado pelos imigrantes italianos? Toda sociedade possui cultura, que pode ser representada pelo patrimônio cultural e natural a que pertence territorialmente, tendo características marcantes de costumes, ou algumas tradições de determinada cultura que se destaca, de forma repetida entre as gerações ou inventadas, e porque não dizer, até mesmos imitando culturas de outras regiões. Assim, este festival pode ser visto como um produto turístico com características similares aos de outras festas típicas italianas, encontradas em grandes concentrações no sudeste e sul do Brasil, produto esse que fomenta a economia local e regional. A importância da discussão desses conceitos está em compreender como o Festival Italiano constitui uma manifestação híbrida, apresentando como a cultura italiana e goiana se integram em uma única festividade, como essa expressão cultural se fortaleceu na condição de tradição na contemporaneidade a ponto de promover o turismo local.

2.1. FESTIVAL ITALIANO: DO HIBRIDISMO CULTURAL A UMA TRADIÇÃO INVENTADA OU *PASTICHE*?

Para compreender o Festival Italiano, inicialmente deve-se entender que as sociedades se constituem por indivíduos e que estes possuem costumes e usos culturais que determinam de forma geral a cultura local. A cultura é polissêmica e representa distintos significados, entre eles o comportamento dos indivíduos dentro da sociedade.

A sociedade de Nova Veneza (GO), por meio do Festival Italiano, tenta evidenciar a cultura local, com traços da cultura italiana, expondo os costumes culturais dos imigrantes italianos que se arraigaram em terras cerratenses. Ao mesmo tempo, fica evidente a influência da gestão pública em reafirmar a cultura italiana presente no município, sem considerar que

nesta região existiam outras famílias, goianas e mineiras, já estabelecidas quando os imigrantes aí chegaram.

A propósito, Giddens (2005, p. 38) pondera que “a cultura refere-se às formas de vida dos membros de uma sociedade ou de grupos dentro da sociedade, abrangendo como eles se vestem seus costumes matrimoniais e vida familiar, seus padrões de trabalho, cerimônias religiosas e ocupações de lazer”. A cultura tem função admirável na sociedade, tendo em vista que a diversidade cultural tem o propósito de continuidade das normas e valores, mas também de desenvolver a criatividade e a mudança no grupo, assim como a manutenção de tradições das diferentes culturas dentro da coletividade, que são aprendidas e não herdadas. O festival é parte da proposta de um projeto para desenvolver a comunidade, uma ação para reafirmar os valores e normas transferidas entre as gerações dos imigrantes italianos nesta cidade. Já para Thompson (2011, p. 176),

Cultura é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas próprias experiências, concepções e crenças.

O Festival Italiano proporciona o compartilhamento de experiências entre os ítalo-brasileiros e não descendentes de imigrantes dentro da comunidade e também com os visitantes e turistas, por meio da culinária, aspectos culturais como a dança, a música e o artesanato. Porém, as sociedades contemporâneas não são compostas por culturas puras, a intervenção das tecnologias no contexto da globalização tem contribuído para um hibridismo cultural. No entanto, Burke (2003, p. 2) afirma que vivemos um período em que os “encontros culturais” são “frequentes e intensos”, uma “tendência global para a mistura e a hibridização” em distintos setores, seja na alimentação, na forma de se vestir, nas músicas que ouvimos nos filmes que assistimos entre outros.

Seguindo o pensamento de Kern (2004), a palavra hibridismo foi usada inicialmente nas ciências biológicas, utilizada por Charles Darwin (1809-1882) no seu livro *On the origins of species 1*. Darwin aborda o hibridismo como a mistura de espécies animais e vegetais, e aponta que nas espécies “puras” os órgãos de reprodução são perfeitos, enquanto nos híbridos não. Contudo, Kern (2004, p. 54) aponta que Darwin entende que “[...] o cruzamento entre espécies é, sim, possível, e não parece ser [...] vontade da Natureza que seja evitado”. Ainda, a autora cita que no século XIX as ciências sociais se apropriam da palavra hibridismo para simbolizar a mistura entre raças diferentes. Na contemporaneidade o hibridismo surge com

força em dois aspectos, como afirma Kern (2004, p. 56-57):

Uma política, outra estética. Em outras palavras, o hibridismo com o qual hoje lidamos configura-se, tanto como um modo de agir (seja pela ação pura e simples, seja pelo discurso) quanto como um modo de construir (resultando em uma série de objetos culturais que largamente consumimos), e sua finalidade é sempre política e, mais do que isso: agonística: ou vencer o opressor, se tomamos o conceito positivamente, ou derrotar o oprimido se o tomamos pelo contrário, de maneira negativa.

O processo de hibridismo cultural está em constante transformação, agregando e substituindo elementos das culturas envolvidas na ação, possibilitando a valorização e a tolerância entre culturas distintas. Assim, o Festival Italiano une elementos das culturas italiana e goiana, perceptíveis na culinária, no artesanato, nos shows que são ofertados durante o evento, dentre outros aspectos.

Já nos estudos realizados pelo historiador Burke (2003), esclarece que os processos híbridos, atualmente são,

Encontrados nas esferas econômica, social e política, para não mencionar a miscigenação, este ensaio restringe a tendências culturais, definindo o termo cultura em um sentido razoavelmente amplo de forma a incluir atitudes, mentalidades e valores e expressões, concretizações ou simbolizações em artefatos, práticas e representações (BURKE, 2003, p. 16).

Adota-se o conceito de hibridismo cultural de Burke (2003) como processo de encontros culturais, gerador de trocas culturais, produtor de objetos, artefatos e práticas híbridas, dentro da estrutura social organizada de uma sociedade. Conceito apropriado para investigar o Festival Italiano de Nova Veneza (GO), pois, depara-se com traços da cultura dos imigrantes italianos e com a cultura do Cerrado, dentro de uma sociedade organizada.

Burke (2003) ainda destaca que o hibridismo cultural pode ser encontrado ao longo da história e na atualidade, como afinidades, semelhanças ou até mesmo a diferença. O hibridismo cultural, não é algo recente na contemporaneidade, mas sim de tempos antigos, mas em evidência na atualidade pelas constantes mudanças que as sociedades têm enfrentado com a globalização. Nova Veneza (GO) tem essa mistura da cultura italiana com goianos e ou mineiros, que se uniram em matrimônio ou a inserção de outras culturas neste espaço territorial, como a presença de pessoas de outros estados brasileiros, gerando o processo do hibridismo cultural de forma espontânea.

Contudo, o continente americano, composto por múltiplas culturas com povos de distintos países, que povoaram este território geográfico, resultou na mistura de índios com os

européus que colonizaram essas terras. A imigração de vários outros povos e diversos fatores contribuiu para o desenvolvimento das nações e a miscelânea das culturas, de lugares diversos e distantes entre si. Mistura essa que não se deu de forma uniforme, havendo regiões onde predominam características distintas de culturas diversas, como acontece nas regiões sudeste e sul do Brasil, que receberam milhares de imigrantes de etnias variadas. No Estado de Santa Catarina (SC) predomina a cultura alemã, já no Rio Grande do Sul (RS) as características da cultura italiana são mais evidentes. Cita-se esses exemplos para demonstrar que mesmo em um espaço geográfico de um determinado país, a diversidade cultural se faz presente, não que isso não tenha ocorrido em outras regiões. No estado de Goiás, a cidade de Nova Veneza (GO) é um exemplo dessa mistura, com a presença de imigrantes italianos e de outras nacionalidades em terras cerratenses.

Na realidade, Cardoso (2008, p. 80) afirma que “a América Latina tem sido palco de uma acentuada mestiçagem cultural (...). Aqui já viviam os índios que receberam etnias africanas e europeias vindas com sua cultura e promoveram com os ancestrais uma simbiose de arte, crenças e mitos”. O autor acrescenta que a imigração em massa que o Brasil recebeu a partir do século XIX seria o equivalente a um segundo *boom* de hibridação, pois, um primeiro teria ocorrido com a chegada dos portugueses e dos escravos, e um terceiro, no decorrer do século XX. Grande parte dos imigrantes italianos direcionados ao Brasil se concentraram nas regiões sul e sudeste, mas a distribuição não ficou restrita a estas terras, tendo também a migração interna desses italianos, que se espalharam por todo território nacional, em menores concentrações, formando colônias, como é o exemplo de Nova Veneza (GO).

Essa conexão cultural desconstrói a ideia de uma cultura pura, pois, a partir do encontro de culturas distintas, as trocas de costumes são inevitáveis entre as mesmas, gerando a adaptação dessas no espaço geográfico em que se encontram. Processo esse que Burke (2003) e Cardoso (2008) identificam como hibridismo. Desta forma, percebe-se o que é o hibridismo cultural, presente nas sociedades mesmo antes do início dos intercâmbios entre os distintos países. Por outro lado, Sousa (2013), mestre em comunicação, nos apresenta aspectos positivos e negativos do hibridismo cultural.

Considera-se que o hibridismo cultural possui aspectos positivos e negativos e nenhum destes pode ser tomado em sua totalidade como definidor do conceito. Ao tempo em que faz-se repensar na validade de perpetuação de antigas matrizes culturais correndo o risco de apagar determinadas tradições e que pode impulsionar um mascaramento do poder das culturas dominantes sobre culturas dominadas, ele traz de positivo o fato de possibilitar novos sentidos e significados para os discursos identitários, possibilitando uma abertura para a tolerância às diferenças culturais, como por exemplo, uma visão mais tolerante da cultura ocidental, antes vista com

superioridade em relação à cultura oriental. Ambas as faces do hibridismo cultural fazem-se importantes, necessárias e válidas no processo de ligação e compreensão das relações sociais entre diferentes culturas (SOUSA, 2013, p. 8).

O hibridismo cultural tem o risco de transformar as culturas não puras em novas culturas, perdendo as características principais, seja pelo choque cultural, pelo embate entre culturas, processo que não é somente a ressignificação cultural ou adaptação entre essas, mas as diferenças entre dominantes e dominados sem que se chegue a um consenso para ambos. O processo de interação entre culturas distintas configura as sociedades contemporâneas, que são influenciadas pelos recursos tecnológicos, possibilitando o diálogo entre as culturas diferentes, mas é também uma forma de tolerância à diversidade cultural e até mesmo à imposição de um novo modelo cultural que não lhe pertence, mas também pode ser uma forma de manipulação da população por imposição da gestão pública.

Por outro lado, Cardoso (2008) analisa o hibridismo cultural como um fenômeno presente nas civilizações mais antigas, que com o deslocamento humano que ocorre saindo da terra de origem para um país estrangeiro, seria o primeiro aspecto para sua ocorrência. Na contemporaneidade, são perceptíveis as culturas que ultrapassam as fronteiras, sem precisar sair de seu local de origem.

O hibridismo cultural é, portanto, um fenômeno natural e imanente na constituição e evolução da civilização. Sua manifestação é percebida com mais ênfase na arte em geral e na literatura em particular. Seja como transculturação, aculturação ou neoculturação, o hibridismo é o testemunho mais nítido de que, mesmo esforçando-se por preservar formas culturais autóctones, o homem está aberto a novas maneiras de interagir culturalmente, como mais um recurso de sobrevivência num mundo que tem a mudança como traço essencial (CARDOSO, 2008, p. 89).

A mudança constante (imigração ou migração) para Cardoso (2008) está relacionada na tentativa de se manter uma cultura viva dentro de uma sociedade em um mundo em ativa transformação. O autor a considera como uma condição para a sobrevivência da cultura, mesmo ela se tornando híbrida.

O processo de imigração deixou marcas em todo o território nacional, independente da nacionalidade dos emigrados. Segundo Burke (2003, p.50), o próprio acontecimento de migrar pode ser analisado como um processo híbrido, pois, “o hibridismo é muitas vezes, senão sempre, um processo e não um estado”. Reconhece-se que a imigração gera a interação dos imigrantes aos costumes brasileiros – e vice-versa – fato que se deu de forma gradativa com sua adaptação em território nacional, tanto que é perceptível essa agregação de cultura, na culinária brasileira. Temos como exemplo o consumo de macarrão que foi trazido pelos

italianos no período da imigração.

Para preservar aspectos da cultura italiana em Nova Veneza (GO), o Festival Italiano se sustenta com a interação da comunidade e seus valores culturais, proporcionando o desenvolvimento de uma nova atividade que é o turismo. O Festival Italiano tem o objetivo de manter vivo aspecto da cultura dos imigrantes italianos através de suas memórias e costumes transferidos às gerações subsequentes, mas também demonstra características da cultura regional na festividade. Quando a cultura italiana se associa às terras cerratenses, inicia-se o processo de troca cultural entre goianos e italianos de forma não intencional.

A interação cultural pode acontecer por meio das festividades, quando esses momentos cheios de significados e símbolos motivam a comunidade a vivenciar, adaptar e a transformar o passado que lhe deu origem. Os símbolos fazem parte da sociedade e estão presentes na vida de cada ser humano, não se limitando por crenças ou saberes. Desse modo, o hibridismo cultural se vê presente em distintas festas, independente do espaço em que ocorrem, associando passado e presente, remontando, assim, a história local, com características da contemporaneidade.

A festa compreende uma prática híbrida, e, de acordo com Burke (2003, p.28), “práticas híbridas podem ser identificadas na religião, na música, na linguagem, no esporte, nas festividades e alhures”. Afinal, o encontro de culturas e costumes foi absorvido pelas gerações subsequentes, contudo, alguns costumes foram se adaptando à nova vida, à nova realidade e outros se perderam no esquecimento. A herança cultural sofre alterações com a influência das novas tecnologias e da globalização, portanto, mudanças se fazem necessárias para se adaptar à contemporaneidade. Por outro lado, podemos dizer que a manifestação cultural representa a experiência da comunidade no cotidiano, unindo temporariamente as distintas classes e etnias com um objetivo em comum, que é a celebração da vida. Portanto, são “práticas nas quais interagem vários grupos sociais, estabelecendo processos culturais híbridos. Lugar de criação, recriação e apropriações, de tempos múltiplos, da produção de significados polissêmicos e polifônicos” (ALMEIDA; SOUZA, 2008, p. 34).

Esse fenômeno é visto também por Burke (2003) como uma adaptação cultural, que, segundo ele, “pode ser analisado como um movimento duplo de des-contextualização e re-contextualização, retirando um item de seu local original e modificando-o para que se encaixe em seu novo ambiente” (BURKE, 2003, p. 91). Essas práticas, adaptadas a um novo ambiente, sofrem permanentemente a influência da globalização, deixando assim de existir uma cultura totalmente pura.

Com a proposta de contribuir para a manutenção de costumes de parte dos fundadores

de Nova Veneza (GO) e adaptação dos mesmos ao Cerrado, assim como tornar conhecida a primeira colônia italiana de Goiás. Esta cidade promove e edifica uma imagem, um produto comercializável com o festival italiano, para isso ocorrem transformações dentro da sociedade. Em Nova Veneza (GO), a praça matriz recebeu a construção de uma ponte, fazendo alusão às pontes da cidade de Veneza (Ilustração 18) na Itália.

Ilustração 18 – Ponte construída na Praça de Nova Veneza (GO): Alusão às pontes de Veneza na Itália



Fonte: Köhler (2016), acervo pessoal.

Assim como a pintura em alto-relevo dos canais de Veneza com suas gôndolas e pontes, no muro ao lado do centro cultural deste município, a construção do centro gastronômico e o próprio portal de entrada da cidade com painel que remetem à Veneza italiana (Ilustração 19), todas as obras são híbridas, criado pela gestão pública na tentativa de imitar a cultura italiana.

Ilustração 19 – Portal de entrada de Nova Veneza (GO)



Fonte: Köhler (2016), acervo pessoal.

De certo modo, trata-se de construções que edificam uma imagem da cidade para fazer o *marketing* da venda de um produto. O entrevistado I (2017)¹⁹ afirma que “a partir de imagens de Veneza na Itália, a ideia é fazer uma cidade cinematográfica em Nova Veneza (GO), réplica dos canais de Veneza”. Este projeto está em andamento na busca de verbas para se concretizar. A réplica da cidade Veneza na Itália neste município é uma forma de justificar a presença da cultura italiana no Cerrado e sustentar o discurso das mídias, redes sociais e da gestão pública, “a Itália no coração do Brasil”, “a cidade mais italiana de Goiás”. Em vários vídeos encontrados em redes sociais e no canal YouTube e reportagens de TV²⁰, encontramos a imagem reforçada de que Nova Veneza (GO) seria uma fração da Itália no Cerrado. Para essa construção de uma imagem que se vende pelas mídias e as mesmas a robustecem se dá o nome de *city marketing*, como assegura Sánchez (2001, p. 33),

Como mercadoria especial, envolve estratégias especiais de promoção: são reproduzidas representações que obedecem a uma determinada visão de mundo, são construídas imagens-síntese sobre a cidade e são criados discursos referentes à

¹⁹ Entrevistado I, Contador, 39 anos, sexo masculino, funcionário público, descendente de imigrantes de Nova Veneza. A entrevista gravada e transcrita será arquivada no laboratório LAPHICER, da Universidade Estadual de Goiás. Não sendo anexada nesta dissertação pelo volume de informações coletadas.

²⁰ Consultar redes sociais e canais de vídeo: <https://www.facebook.com/events/1051534258324361/>; https://www.youtube.com/watch?v=yqAeWk_wHil; <https://www.youtube.com/watch?v=2vnLk8cqzuw>) etc.

cidade, encontrando na mídia e nas políticas de *city marketing* importantes instrumentos de difusão e afirmação.

Nova Veneza (GO) é considerada o município mais italiano de Goiás, por afirmação das mídias e redes sociais que vinculam a divulgação do evento para promover a mesma, uma festa em território cerratense que demonstra o hibridismo cultural entre italianos e goianos. Da mesma forma, com a culinária, pois, a polenta²¹, base da alimentação dos camponeses italianos que viviam na Itália após a chegada ao Brasil, mantiveram a sua base alimentar, porém agregaram novos hábitos alimentares, conforme cada região por onde passavam ou se fixaram, na utilização dos alimentos que a terra lhes proporcionava ou tinham em abundância. De acordo com o Entrevistado V (2017)²² “a tal da polenta que era uma coisa presente, eu quando criança no café da manhã era polenta com leite, sempre foi [...]”, mesmo os descendentes de italianos mantiveram os costumes dos seus antepassados. O Festival Italiano demonstra essa adaptação e interação entre culturas, perceptível na culinária presente no festival. Isto é visível com a receita (Anexo II) de macarrão ao molho de pequi, conexão de ambas as culturas, essa receita foi criada para promover o município e o estado de Goiás, a presença da culinária regional no festival tipicamente italiano²³. Assim confirma o Entrevistado V (2017) o

[...] SEBRAE trabalha nesses projetos na área de cultura e tudo, e a gente em Nova Veneza, aquela situação e tal, e eu falei olha aqui gente, vamos criar um prato, que tenha uma relação da cultura italiana com a cultura goiana, vamos criar um prato, porque no Sebrae tem um projeto que estou trabalhando nele que chama “Goiás é Bom Demais”, que alias é a segunda versão.

A descrição que Burke (2003) apresenta em diferentes formatos o hibridismo cultural, seja por objetos e práticas, vai ao encontro de exemplos que foram identificados acima, encontrados no festival de Nova Veneza (GO), seja pelo empréstimo cultural, pela apropriação da cultura, troca cultural ou pela mestiçagem entre outras denominações que se utiliza o autor para identificar o hibridismo cultural. A cultura italiana interagiu de forma harmoniosa com a cultura regional dentro da sociedade em que se inseriu, mas também

²¹ Polenta feita de farinha de milho, conhecida como fubá.

²² Entrevistado V: Jornalista e consultora de projetos culturais, 61 anos, sexo feminino, descendente de imigrantes, nascida em Nova Veneza. A entrevista gravada e transcrita será arquivada no laboratório LAPHICER, da Universidade Estadual de Goiás. Não sendo anexada nesta dissertação pelo volume de informações coletadas.

²³ Macarrão com molho de pequi, servido em várias edições já realizadas do evento e que retorna ao cardápio do evento em 2017.

perdeu características de sua cultura de origem com as mudanças que sofre. Ao migrar para um país desconhecido, muitas vezes deixa de lado o idioma (língua materna), para conseguir interagir e se adaptar ao novo ambiente, uma condição de sobrevivência. Esse exemplo vai ao encontro com uma das perdas da cultura dos imigrantes italianos (que falavam o dialeto Vêneto e não o idioma italiano), que foi perdida com o tempo²⁴. Desta forma, se confirma o lado negativo da hibridização, quando a mesma acontece de “forma inusitadamente rápida que é característica de nossa época, inclui a perda de tradições regionais e de raízes locais” (BURKE, 2003, p. 18).

Pode-se afirmar que o hibridismo cultural faz parte do município de Nova Veneza (GO) tanto por suas características de formação entre italianos e goianos e pelas trocas culturais que foram estabelecidas. As evidências que se apresentam no Festival Italiano indicam que a cultura local não é pura e sempre estão agregando novos elementos, sem deixar de apreciar a cultura regional, que se confirmam no período do festival pela interação de ambas as culturas dentro do mesmo território.

No entanto, o hibridismo cultural está presente no Festival Italiano, mas esse evento pode ser visto também como uma tradição inventada, ou seria um simples *pastiche*? Segundo Jameson (2006, p. 21), “uma das práticas ou traços mais importantes da pós-modernidade de hoje é o *pastiche*”, que, como o autor explica, é um termo presente nas linguagens e nas artes visuais.

O pastiche, assim como a paródia, é a imitação de um estilo peculiar e único, o uso de uma máscara estilística, o discurso em uma língua morta; no entanto, ele é uma prática neutra de tal mímica, desprovida de motivo oculto da paródia, sem o impulso satírico, sem o riso, sem aquele sentimento ainda latente de que existe algo normal, em comparação com a qual aquilo que é imitado e cômico. O *pastiche* é a paródia pálida, a paródia que perdeu o seu senso de humor (JAMESON, 2006, p. 23).

O *pastiche* é a imitação de peculiaridades de um passado ou estilos de um período em questão e seria um plágio alusivo ou evasivo da cultura dos imigrantes italianos, que não se faz mais presente na sociedade de Nova Veneza (GO), mas com objetivo de remeter à cultura destes imigrantes e como mercadoria de consumo e fortalecedor de uma identidade ao

²⁴ Os imigrantes italianos em território estrangeiro utilizam sua língua materna para se comunicar com sua família em suas residências e na atividade do campo (agricultura). E aprendem outro idioma para se comunicar com a cultura do país para o qual imigrou com o passar das gerações a língua materna vai ficando restrita as residências e a prioridade é o idioma local. No caso dos imigrantes de Nova Veneza (GO), na sua maioria falavam o dialeto, mas aprendeu a língua portuguesa, já os descendentes dos imigrantes, buscam aprender o idioma italiano, outros ainda guardam para si falas do dialeto Vêneto.

município.

Jameson (2002, p. 49) reforça que a cultura pós-moderna é a cultura da sociedade de consumo e que “é possível dizer que tudo na vida social tornou-se cultural”, uma vez que se trata da reprodução de uma maneira coletiva de viver, sustentada pelos indivíduos. Os bens culturais são transformados em produtos e comercializados de forma massificados, podendo ser consumidos mediante a compra do artigo (produto ou mercadoria). O Festival Italiano corrobora com essa transformação dos bens culturais em produto comercializável, produzido em série para atender a demanda de turistas, seja no artesanato, na culinária, nas bebidas e até mesmo pela música ou dança.

Se analisar o festival como um *pastiche*, imitação de outras festas é perceptível, na semelhança com distintas festividades que ocorrem no território brasileiro ou na própria Itália, mas, não uma cópia fiel do que já existe. O exemplo disso seria o Carnaval de Veneza na Itália, sua realização é no mês de fevereiro e tem concurso de fantasia. O município de Nova Veneza (GO) tenta imitar com o “Baile Carnaval de Veneza” (Ilustração 20 e 21), criado na 5ª edição do festival, um desfile com pessoas em trajes de época e com máscaras percorrem o trajeto da festa ao som de músicas de carnaval brasileiro cantadas em italiano, mas não possui concurso de fantasia, sendo assim, mais uma invenção do que *pastiche*.

Ilustração 20 – Preparação para o Baile de Carnaval de Veneza no Festival Italiano



Fonte: Köhler (2016), acervo pessoal.

Ilustração 21 – Grupo de dança com traje de época e mascarados



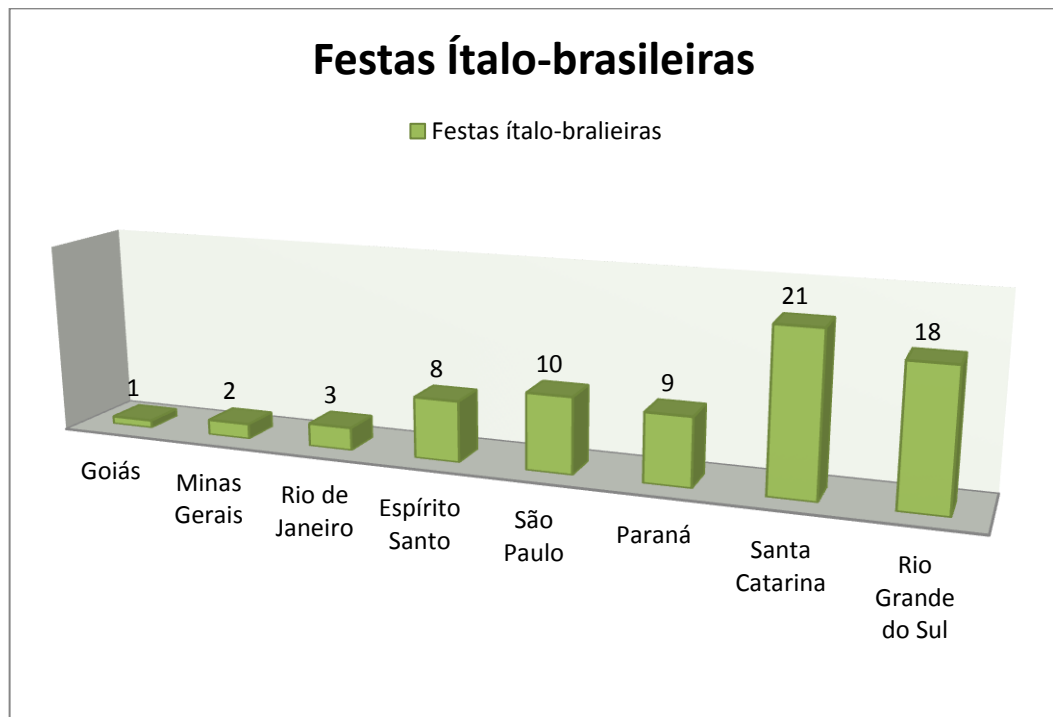
Fonte: Köhler (2017), acervo pessoal.

O *pastiche*, portanto, caracteriza-se por uma reformulação que tenta repetir não o conteúdo, mas a forma de uma sequência original para a transferência fiel de algumas características ou a livre imitação de um estilo. O festival de Nova Veneza (GO) reformula e repete a culinária italiana, as danças, à música e o jogo de bocha²⁵, repetições de algo que já existiu ou existe, que se adaptou ao mundo contemporâneo.

O Festival Italiano não é o único evento em território brasileiro que imita ou cópia características da cultura italiana. No Brasil, existe mais de 70 festas ítalo-brasileiras (Gráfico 1), identificadas até o momento e estão distribuídas nas regiões do sul, sudeste e centro-oeste do país.

²⁵ Jogo típico italiano, entre duas equipes com bolas, onde as equipes tentam acertar a bola principal de tamanho menor que as que utilizam para se aproximar ou acertar a mesma. Disponível em: <https://sportsregras.com/bocha-jogo-regras-historia/>. Acesso em: 23 ago. 2017.

Gráfico 1– Festas ítalo-brasileiras



Fonte: Köhler (2017), organizado pela autora.

Seriam todas estas festividades *pastiche* de aspectos da tradição italiana que os imigrantes trouxeram junto consigo ao deixarem seu país de origem, transferindo as gerações subsequentes em solo brasileiro? Ou podemos questionar: essas festividades não seria uma tradição inventada? Festas que enaltecem a cultura italiana lembrando as memórias dos imigrantes que desbravaram o solo brasileiro na perspectiva de colonizar um novo lugar, criar uma nova história longe da terra natal.

Portanto, a tradição é um hábito criado em algum momento por alguém, que gerou um costume, que com o passar do tempo tem se repetido entre uma geração e outra, ligando o que foi o que está presente e o que será. Tradição que se modifica ou se adapta para manter sua essência e pertencimento do lugar, da cultura, dos costumes que são transferidos. Para Luvizotto (2010, p. 66),

Assim, deve-se entender a tradição como um campo que envolve um ritual e possui *status* de integridade, uma forma de garantir a preservação, baseado em modelos que podem ser histórias fictícias, reais ou reinventadas, dando conta dos inúmeros processos de simbolização no curso da história dos atores sociais. Em suma, a tradição passa a ter um caráter normativo, relacionado aos processos interpretativos, por meio do qual o passado e o presente são conectados para ajustar o futuro.

A partir desta definição, volta-se aqui ao questionamento acima referido: o Festival

Italiano é uma tradição inventada? Esse evento representa aspectos das tradições da cultura italiana, a história dos imigrantes que se estabeleceram nesse estado, essas tradições não significa que sejam falsas, mas que o festival foi inventado com base nas tradições culturais dos imigrantes e descendentes. Contudo, elas sofrem uma metamorfose para se adaptar ao um novo território que não é o seu de origem. As mudanças também ocorrem com a adaptação e o desenvolvimento do festival em suas reedições, para atender a demanda de público pelo consumo da culinária que é ofertada durante o período do evento.

Por outro lado Cordova (2001, p. 152) afirma que,

A busca de representações do passado, de vestígios e rastros contidos na memória, requer a preservação de suportes de memória. Só se pode lembrar o que se faz presente, seja por meios materiais ou imateriais; por uma edificação que remonte um tempo vivido ou pelo costume de uma comunidade; por um objeto que traga uma lembrança cotidiana ou pelo sentido de um comportamento social.

A tradição tem a função de manter a união e influenciar a ordem social com a intenção de perpetuar os aspectos que geram identificação e segurança à coletividade. Para que a tradição tenha autenticidade legítima para a comunidade à qual pertence, é preciso desenvoltura para reconstruir o passado no presente, pois, com a revolução industrial, a necessidade de se adaptar as novas perspectivas das sociedades e a tradição não é fixa ou imóvel, pois ela também sofre mudanças, podendo surgir ou inventar novas tradições.

A cultura italiana presente em Nova Veneza (GO) proporcionou a criação do Festival Italiano, a tradicional culinária desta nacionalidade agregada à cultura regional, reconstruindo aspectos do passado no presente, mantendo em evidência as características mais marcantes, como a culinária, a dança, a música, o esporte e a religião na tentativa de criar um produto turístico à geração de renda sem a perda da tradição cultural local. Um dos costumes dos italianos lembrado pelos descendentes é a preparação da pasta artesanal (macarrão), que no evento não é este produto que se oferece, mas sim algo similar.

O consumo da polenta pelos italianos, imigrantes e descendentes ou não, está enraizado nas tradições desses, como afirma o autor Grosselli (1987). Os camponeses que viviam na Itália no início do século XIX possuíam uma alimentação farta, mas sem variedades ou qualidade, que no decorrer do século, os alimentos ficaram mais escassos com a falta de terras produtivas e a industrialização se instalando em território italiano. A pobreza e a miséria que os camponeses viviam na Itália e sua extrema situação de penúria se refletia na sua base alimentar, tendo a polenta como um dos alimentos principais. Se fortalecendo como uma tradição entre os imigrantes e descendentes, receitas antigas que são consumidas no

presente.

Para Hobsbawm e Ranger (1997, p. 9), “muitas vezes, ‘tradições’ que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não são inventadas”, para os autores, as tradições têm sua característica de invariabilidade, um conjunto de práticas fixas estabelece no presente, uma referência obrigatória a um passado, real ou imaginado, assim, criando-se tradições na contemporaneidade que não fizeram parte do passado.

Nesse aspecto, valores defendidos e exercidos pelos antepassados se manteriam presentes por meio da ação de um indivíduo. As tradições inventadas estabelecem uma continuidade artificial com o passado pela repetição quase obrigatória de um rito ou de vários ritos definidos como antigos, que dariam uma origem a determinados valores que devem ser aceitos por todos e se opõem a costumes novos. Compreende-se que as tradições para os autores é algo ideológico, não confundindo com costumes ou rotinas. Destacam os autores, que o termo de tradição inventada é usado de forma extensa, mas não indefinido contempla a tradição em si e as que são inventadas.

[...] “a tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladoras por regras tácita 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 (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 9).

Ainda os autores afirmam que existe diferença entre tradição e costume, “os costumes não pode se dar ao luxo de ser invariável, porque a vida não é assim nem mesmo nas sociedades tradicionais” (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 10). Os autores complementam que o costume não possui uma função simbólica nem ritual importante, mas pode adquiri-la pela repetição e eficiência em transmitir os costumes. “As sociedades que se desenvolveram a partir da Revolução Industrial foram naturalmente obrigadas a inventar, instituir ou desenvolver novas redes de convenções e rotinas com uma frequência maior do que antes” (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 11).

Portanto, Hobsbawm e Ranger (1997) afirmam que as rotinas, quando transformadas em hábitos, funcionam melhor do que quando são imutáveis, mas podem ser deficientes quando é necessário lidar com situações adversas em que a prática contribui para a solução, em que a rotina não prevê situação fora da sua especificidade. Não consideram a rotina como uma tradição inventada, pois, tem suas funções e suas técnicas, e não ideológica, a rotina tem possibilidade de ser modificada ou até mesmo abandona, conforme a necessidade de sua prática. Porém, os autores classificam em três categorias as tradições inventadas:

[...] a) aquelas que estabelecem ou simbolizam a coesão social ou as condições de admissão de um grupo ou de comunidades reais ou artificiais; b) aquelas que estabelecem ou legitimam instituições, *status* ou relações de autoridade, e c) aquelas cujo propósito principal é a socialização, a inculcação de ideias, sistemas de valores e padrões de comportamento (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 17).

Tomando como base a classificação de tradições inventadas citada acima, o Festival Italiano pode ser classificado em duas possibilidades, a coesão social, a interação de diferentes classes sociais na realização do evento, bem como a relação de poder da gestão pública que visa estabelecer valores e padrões de comportamento ao criar uma imagem e produtos que sistematizam uma tradição local, com a finalidade de atrair o consumo em massa de mercadorias produzidas pelo evento. Caliman (2012) contribui para essa classificação afirmando que a invenção poderá perdurar por muito tempo quando se apresenta por legítima.

Uma tradição inventada ganha pela ação de um guardião; ou seja, um líder que, por sua credibilidade, confiança, “sabedoria” e legitimidade junto à determinada sociedade, consegue, identificar detalhes da tradição, fazer a conexão entre passado e futuro, adaptando, inventando e incorporando elementos à tradição, além de transmitir e “contagiar” as novas gerações. Assim, enquanto a tradição for suficientemente eficaz para ser legitimada e ganhar autenticidade social – passando pela reflexividade, releituras e ressignificações – ela irá perdurar (CALIMAN, 2012, p. 122).

Contudo, permanecem traços da cultura ao ser expressa nessa manifestação, pois, possui características tradicionais de costumes e rotinas, da cultura e da vida dos imigrantes italianos em terras cerratenses, esforçando-se para manter a continuidade dos valores e hábitos desta cultura no presente. Estabelecendo de forma artificial a continuidade do passado no presente, pela repetição de práticas do cotidiano dos imigrantes.

Compreende-se que, para representar os costumes dos imigrantes italianos, o festival se adaptou às necessidades e demandas do mundo globalizado para conseguir chegar o mais próximo possível dos aspectos tradicionais destes imigrantes, inventando uma festa que, pela sua continuidade, tornou-se uma tradição neste município, não é algo autêntico, pois, vive-se uma época diferente.

Outro exemplo desta tradição é a religiosidade dos italianos e descendentes, diante de qualquer tipo de celebração, pois, segundo nosso entrevistado V (2017), a religião está em primeiro lugar, pois “em Nova Veneza, tudo começa com a reza e termina em festa”.

Isso é tão forte, tão forte essa questão da festividade e da religiosidade, são os dois pontos que marcam o povo de Nova Veneza, esse é marca. Quando a gente começou

o projeto, o primeiro festival eu criei esse *slogan* para nós, em Nova Veneza tudo começa com reza e termina com festa, e a gente fazia isto nas nossas reuniões. Toda a reunião em Nova Veneza, nas nossas reuniões a gente chegava todo mundo, todo mundo rezava e ave maria, mais não sei o que, as mulheres são boas pra rezar, rezava, tá, começou, terminava a reunião tinha que servir alguma coisa pra comer, a gente ria e falava alto e tal e aquela coisaiada, e aquela coisa, aquela coisa! (ENTREVISTADO V, 2017).

A religião é um aspecto tradicional na cultura italiana mais evidente, os imigrantes tinham o hábito de realizar suas orações várias vezes ao dia. Participavam das celebrações religiosas (missas) frequentemente e, quando havia festividades na comunidade, primeiro era o compromisso religioso que se celebrava para depois se festejar, como ocorre em dias atuais, antes da abertura oficial do Festival Italiano, primeiro a reza e depois a festa.

O Festival Italiano busca reafirmar o valor da presença desses ritos e símbolos na atualidade trazem consigo toda uma carga de experiência do passado, um modelo para o presente, de narrativas que permanecem na memória dos indivíduos de Nova Veneza (GO), configurando um mecanismo de manutenção da memória e da cultura, valorizando o lugar de origem dos imigrantes italianos.

Quando celebrado, esse passado consiste em um ritual para enaltecer, agradecer e manifestar os desejos, sejam eles sagrados ou profanos, lembrando o passado no presente e reconstruindo símbolos com valor cultural ao celebrar as crenças e as tradições que reafirmam a identidade local. “Em suma, inventam-se novas tradições quando ocorrem transformações suficientemente amplas e rápidas tanto do lado da demanda quanto da oferta” (HOBBSAWM; RANGER, 1997, p. 12).

No caso das festas, pode-se indicar que os italianos contribuíram com aspectos de seus costumes, em diversas regiões brasileiras, para a construção da cultura local. Festas italianas se reproduzem em distintas cidades do Brasil, como relatado anteriormente, exemplos de preservação da tradição por meio de uma releitura de costumes dos imigrantes, apresentadas em celebrações típicas nas regiões do sudeste e sul do país, uma tradição inventada.

Esse processo de inventar tradições na contemporaneidade tem contribuído para que não se percam as origens culturais em distintos territórios, que são influenciados pelas mudanças da globalização. Entre estes imigrantes que se adaptaram às condições do Cerrado a troca cultural com a cultura local é inevitável, pois condicionavam a adaptação e a convivência em sociedade, que não era no seu país de origem.

O Festival Italiano é uma tradição inventada pela comunidade com interesse em preservar os traços da cultura italiana, mas modificada, adaptada à contemporaneidade, sob as mudanças rápidas que transformam as tradições, para representar o que existiu, transformando

algo do passado em novo, um atrativo, para ser comercializado, quando muitas vezes seu significado não é mais a tradição e sim uma fonte econômica, como tem demonstrado o evento. Isto é, gera emprego temporário para a população local e os comerciantes também lucram com a demanda de turistas na cidade, que buscam alojamento, refeições e entretenimento durante o evento.

Portanto, o Festival Italiano possui aspectos do processo do hibridismo cultural, entre italianos e goianos, que se apresentam, por exemplo, por meio da culinária fornecida no evento, assim como a criação de uma receita que tem a culinária italiana agregada a frutos do Cerrado goiano. Mas, não somente isso evidencia esse hibridismo, tem as uniões matrimoniais que ocorreram entre essas culturas, à geração de descendentes ítalo-brasileiros que também são goianos etc. Também apresenta aspectos do *pastiche* ao imitar festas que existem na Veneza italiana, assim como no Brasil. As festas típicas italianas tem seu foco na culinária, nas danças e na música, e se apresentam principalmente como uma tradição inventada, criada pela comunidade, com o apoio da gestão pública, na expectativa de gerar renda local e fortalecer os traços da cultura italiana em terras cerratenses, preservando a memória dos antepassados, visando desenvolver o município com o turismo cultural e gastronômico.

2.2. PATRIMÔNIO E MEMÓRIA NO FESTIVAL ITALIANO

O patrimônio se edifica pelo seu significado e importância para as pessoas que compõem o espaço geográfico em que vivem. Influenciado pelo crescente desenvolvimento das tecnologias de comunicação e globalização, as mudanças podem comprometer o patrimônio cultural que é o elo ou a ponte entre passado e presente (memória), dando continuidade a história. Os elementos, ou “Esses objetos foram procurados, escolhidos e adquiridos por sua qualidade intrínseca (CHOAY, 2001, p. 32)”, que remetem há um tempo, uma cultura ou modo de vida.

Para melhor entender os elementos que formam um patrimônio cultural, o arquiteto Lemos (1981, p. 8-10) apresenta-o dividido em três categorias. No primeiro grupo, encontram-se os elementos da natureza (meio ambiente), são os recursos naturais de possível extração que fornecem matéria-prima para a produção de artigos que contribuem com o desenvolvimento e sobrevivência do ser humano em sociedade. O segundo grupo é formado pelo “conhecimento, as técnicas, ao saber e ao saber fazer”, considerados como elementos intangíveis, pois, são adquiridos com o tempo, com a experiência, com a prática de atividades

profissionais ou não, para o desenvolvimento do homem. O terceiro grupo são os elementos que reúnem os bens culturais, objetos, artefatos, construções e outros, produzidos com recursos do meio ambiente e o saber fazer. Os bens culturais compreendem a união dos elementos acima citados e a produção do homem, que representam o patrimônio. Para a autora Choay (2001, p. 34), os bens móveis ou edificações antigas detêm um valor histórico.

Ilustração 22 – Casarão da família Stival



Fonte: Stival; Stival; Fachin (2011, p. 108).

Os bens culturais são modelos que referenciam uma forma de viver em sociedade, apresentando características que se diferenciam umas das outras. Em Nova Veneza (GO), foi construída a casa dos imigrantes italianos com elementos da natureza local e com técnicas de saber fazer, os utensílios e conhecimentos trazidos da Itália e de cidades por onde os imigrantes passaram, além da contribuição de outras pessoas na produção de material para a edificação, como se observa na construção do casarão da família Stival em 1912 (Ilustração 22, acima), quando “dois alemães responsabilizados pela construção do casarão e dos

materiais aplicados nela, concluíram a obra” (STIVAL; STIVAL; FACHIN, 2011, p. 107).

A construção do casarão, em formato de “L”, dividia-se em quartos, sala e cozinha. Estruturada com madeira, tijolos e telhas de barro, a casa demorou um ano para ficar pronta em decorrência do período de chuvas constantes (STIVAL; STIVAL; FACHIN, 2011, p. 105-108). Essa residência não existe mais, somente fotos e amostras do material restante da casa (tijolos, telhas, molduras de madeira de portas e janelas) comprovam sua existência. Diferente da edificação na cidade de Nova Veneza (SC), que também recebeu imigrantes italianos (Ilustração 23), a moradia dos imigrantes lá foi construída com pedras no ano de 1891 e é uma casa tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que tem grande importância na representatividade e conservação dos traços da cultura dos imigrantes italianos em Santa Catarina.

Ilustração 23 – Nova Veneza (SC): Casa de pedra da Família Bratti



Fonte: BORMON (2014), acervo do site do Hotel Bormon.

Pode-se verificar que as edificações das ilustrações 22 e 23 são distintas na forma de construção e representação da cultura italiana. A questão de valores e preservação de patrimônio muda de região para região. Para uns pode ser um patrimônio considerado localmente e para outros a visibilidade do patrimônio a nível nacional como algo de valor inestimável, reconhecido por órgãos oficiais na preservação e conservação da cultura. O

Brasil, por ser um país que recebeu múltiplas culturas, tem seu patrimônio existente diversificado, variando entre regiões e até mesmo diferente entre municípios. De forma ampla, para definir o patrimônio cultural no Brasil, a Constituição Federal Brasileira de 1988, capítulo III, da educação, da cultura e do esporte, seção II da cultura, assim o definiu em seu artigo 216:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1998).

Desse modo, as três categorias apresentadas por Lemos (1981) e a definição da Constituição Federal do Brasil (1988) se entrelaçam para explicar o que seria, ou o que representa o patrimônio cultural. Diante destes aspectos, poderia essa manifestação cultural de Nova Veneza (GO) ser considerado um patrimônio cultural? Isso pode ser observado a partir do momento que, descendentes de imigrantes criam um evento com o apoio do poder público, na perspectiva de valorizar a cultura de uma etnia estrangeira, a cultura italiana representando a memória e história que edificou esta cidade. Os elementos que compõem o patrimônio cultural se conectam ao lugar, aos objetos, as construções, aos saberes e fazeres, a memória e a natureza que envolve e coopera com o desenvolvimento do município, herança deixada pelos ancestrais. Esses bens culturais compreendem uma tentativa de preservação da cultural dita local, com o intuito de promover o desenvolvimento econômico e cultural da comunidade.

Para legitimar essa cultura, a sociedade e a gestão pública municipal planejam e definem os investimentos que serão realizados no município. Mas, é importante ressaltar outros aspectos inerentes a esse evento, como, por exemplo; a construção desse patrimônio e a valorização da cultura italiana. Algo criado, copiado ou imaginado para Nova Veneza (GO), que tem a proposta de criar uma imagem para se vender um produto turístico. Com o objetivo da ampliação de vantagens competitivas que garantam a atratividade econômica na cidade e que atraia investidores para a mesma, como assegura Compans (2005, p.19).

Portanto, como exemplo desta gestão pública, temos a participação do Festival Italiano no Circuito Gastronômico de Goiás. Ressalta-se que no ano de 2017, Nova Veneza (GO) recebeu a participação do consulado italiano no Brasil, representado por Antônio Bernardini,

que, no mês de maio do mesmo ano, recebeu uma comitiva desta cidade em sua sede em Brasília (DF), com o propósito de captar futuros investimentos ou investidores para o município goiano (GOIÁS, 2017).

Pode-se dizer que o patrimônio cultural representa os bens materiais e imateriais que uma geração deixou a outra, que foi transferido pelos seus antepassados ou recebidos por herança, representados de diversas formas em seus costumes, indumentárias, na culinária e nas expressões culturais. No entanto, também representa parte da história local e regional, pois nele estão inseridos os grupos sociais e suas representações e práticas, que expressam as experiências, símbolos, objetos, tradições e valores que constituem a cultura. “Seu valor não se prende à sua relação com uma história à qual conferissem autenticidade ou permitissem datar, nem à sua antiguidade: dão a conhecer as realizações de uma civilização superior” (CHOAY, 2001, p. 34). O patrimônio cultural é uma forma de estabelecer e agregar informações sobre os indivíduos que viveram em períodos distintos e que ficou como herança para a comunidade. Neste município não é perceptível edificações que representem de forma clara o patrimônio cultural, exceto pela presença de um museu que atualmente se encontra desativado. Porém, as construções que se realizaram foram com o intuito de desenvolver turística e economicamente a localidade.

Além disso, Silva (2000, p. 218) afirma que “o patrimônio não é só o legado que é herdado, mas o legado que, através de uma seleção consciente, um grupo significativo da população deseja legar ao futuro”. Perante essa afirmação, o Festival pode ser visto como uma manifestação da cultura italiana e um modo de dar continuidade à valorização de traços culturais dos ancestrais de um grupo coletivo desta cidade. Assim, ele poderia funcionar como uma representação de patrimônio local.

A autora Barretto (2000) utiliza o termo legado cultural no lugar de patrimônio cultural para expressar os bens culturais de uma sociedade e, em sua opinião, tudo o que se relaciona à produção humana, que o homem realizou no passado e que se utiliza para manter sua cultura no presente será reproduzido para a existência do futuro, das classes sociais, de um grupo, de um povo ou uma nação. Em outro caso, Silva (2000, p. 218) reafirma o pensamento de Llorenç Prats (1997) e explica o patrimônio na sua visão como uma construção social, por ser idealizada por um determinado grupo coletivo, de grande valor a ser considerado socialmente e de reproduzir para as gerações futuras, para legitimar os acontecimentos do passado e valorizar as raízes de sua origem. Isso reforça que o Festival Italiano pode ser visto como valorizador da cultura dos antepassados que contribuíram para a fundação da cidade, na qual se reproduz entre gerações, criando um produto de consumo ou uma mercadoria. Essa

reprodução entre gerações é possível por meio da memória individual ou coletiva como assegura Le Goff (1990, p. 224): “a memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas”. Pela memória dos descendentes de italianos (italo-brasileiros), o Festival reproduz elementos da cultura italiana. Na festa, as receitas culinárias utilizadas são do tempo dos imigrantes, porém, adaptadas para atender a demanda de visitantes no período da realização da festividade. A sociedade se utiliza da culinária para preservar a característica cultural, que representa o passado e o presente, tendendo sua existência no futuro, assim como as danças, a música, o artesanato e o esporte, também presentes no evento.

Esses símbolos que representam a cultura italiana passam a ser valorizados pela população local e despertam nas pessoas a curiosidade e o interesse em conhecê-los. Consequentemente, compõem um atrativo turístico, pois o turista, além de satisfazer sua necessidade fisiológica, consumindo a culinária, também adquire conhecimento com a cultura da região. Mesmo que essa cultura não seja pura, mas híbrida como se constitui em Nova Veneza (GO), e conforme Barretto (2000) há uma diferença entre preservação e conservação, do legado cultural e a forma de utilização.

Preservar significa proteger, resguardar, evitar que alguma coisa seja atingida por alguma outra que lhe possa ocasionar dano. Conservar significa manter, guardar para que haja uma permanência no tempo. Desde que guardar é diferente de resguardar, preservar o patrimônio implica mantê-lo estático e intocado, ao passo que conservar implica integrá-lo no dinamismo do processo cultural (BARRETTO, 2000, p. 15).

Para exemplificar a forma de preservação que a autora alude acima, temos o Museu Histórico José Peixoto Neto²⁶, de Nova Veneza, que deveria, mas não cumpre seu papel de representar o resguardar da cultura italiana, com objetos, imagens, documentos e arquitetura que utilizavam os imigrantes italianos, para que não sofram danos que possam destruir o registro desta cultura em terras cerratenses. Já para a conservação da cultura italiana, o festival apresenta elementos da história e da tradição, como os sabores, as técnicas e as práticas culinárias somadas à música e à dança, entre outros aspectos.

A definição sobre quais elementos uma sociedade deve preservar ou conservar do patrimônio ou legado cultural normalmente ocorre em parceria com órgãos oficiais, gestão pública e comunidade local. Silva (2000, p. 219) expõe que “o elemento determinante que

²⁶ O museu foi inaugurado em 2004, mas atualmente o museu encontra-se desativado.

define o conceito de patrimônio é a sua capacidade de representar simbolicamente uma identidade”, ao representar o passado no presente, a memória, crenças e ritos da coletividade. Portanto, o Festival Italiano, pode ser visto como um *pastiche* da cultura italiana em Nova Veneza (GO), pois se apropriou dos costumes dos imigrantes italianos, das memórias que identificam essa cultura local, para representar o coletivo dos imigrantes no território goiano. Desse modo, visa fortalecer uma referência de pertencimento a um lugar no presente, com base no passado, mas não representa um patrimônio deixado diretamente pelos imigrantes italianos que chegaram no início do século XX, mas essa manifestação cultural foi produzida pelos descendentes desses imigrantes.

A participação de pessoas da comunidade que não são descendentes de italianos, mas que viveram ou que se identificaram com a cultura italiana ao participar do cotidiano destes imigrantes proveu a adaptação e a socialização com a história local desta cidade, uma “memória quase herdada”, como destaca Pollak (1992, p. 201).

Para fortalecer essa memória herdada, temos o exemplo da pessoa responsável pela cozinha da Cantina da Nonna no período do festival. A mesma não possui ligação sanguínea com os imigrantes italianos, não nasceu em Nova Veneza (GO), ela vem de outro estado brasileiro e se adaptou também às terras cerratenses e à cultura dos imigrantes e descendentes. Essa cultura adquirida também demonstra o hibridismo cultural, pois mesmo não sendo originariamente do município, a responsável pela cozinha (Cantina da Nonna) segue as receitas tradicionais da cultura italiana de Nova Veneza (GO) na preparação dos alimentos transferindo seus conhecimentos para outras pessoas no período do evento.

Diante do exposto, é importante ressaltar que a representatividade da cultura italiana recria alguns aspectos do passado dos imigrantes italianos, mas de forma estilizada²⁷, como é o caso da culinária que é o produto principal do evento. Ao criar um produto comercializável, valoriza-se a cultura, reproduz ou recria eventos e espetáculos, modelos para referenciar o passado, fabricado por uma civilização que constrói um cenário ilusório, uma representação artificial do mesmo, como afirma Silva (2000, p. 221).

Outras cidades que receberam os imigrantes italianos e etnias distintas no Brasil buscam conservar seu legado cultural através de eventos (festas) estilizados com elementos do patrimônio cultural local e da memória, pois, vivem em um mundo globalizado e as novas tecnologias transformam as diferentes culturas heterogêneas em uma única e homogênea. Contudo, as festividades que revivem aspectos do passado de uma determinada cultura ou em

²⁷ Diferente do original, modificado esteticamente.

conjunto com outras culturas, buscam manter viva as tradições, mesmo sabendo que as mesmas sofrem modificações na contemporaneidade.

Os aspectos tradicionais da cultura, como as festas, as danças e a gastronomia, ao conter significados simbólicos e referirem-se ao comportamento, ao pensamento e à expressão dos sentimentos de diferentes grupos culturais, também fazem parte do consumo turístico, sejam por si mesmas ou como complemento de outras atrações de maior envergadura (SCHLÜTER, 2003, p. 10).

A produção de um bem de consumo para comercialização, em que o legado cultural faz parte, proporciona sua desvalorização, “o patrimônio deixa de ser valioso por sua significação na história ou na cultura local e passa a ser valioso porque pode ser ‘vendido’ como atrativo turístico” (BARRETTO, 2000, p. 32). Logo, o festival é um atrativo turístico, um bem de consumo, um produto comercializável, gerador de renda para o município, perdendo em parte seu significado e valorização da cultura italiana, mas valorizado como produto.

As lembranças são compostas de lugares, pessoas e momentos que já aconteceram. Segundo Pollak (1992, p. 201), “são acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que, no imaginário, tornaram-se relevante que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não”. Efetivamente o evento acontece na praça matriz de Nova Veneza (GO), lugar que foi doado para construção da igreja com a colaboração da família Stival, e de outros imigrantes italianos que são os personagens que cooperaram para a edificação e fundação desta cidade. Local este que os imigrantes e outros moradores da região se encontravam para celebrar os momentos de sua religiosidade, assim como participar das festas promovidas pela comunidade local. A concretização do evento na praça demonstra o apoio das famílias de imigrantes e não imigrantes, para a formação do que hoje é o município ou de um passado que não existe mais.

No entanto, Pierre Nora (1984, p. 7-8) explica que o crescimento industrial, a mundialização, a massificação, a democratização e outros aspectos influenciaram a mudança e, com isso, o poder que a sociedade possui é que dá continuidade na história da mesma. Mas, a forte bagagem de memória que etnias, grupos e famílias possuem, mudam com a continuidade da história em cada sociedade. Em que o passado prepara o futuro, é somente uma reação ao avanço, que tem a mídia como dilatadora da história, tornando na atualidade a memória e a herança algo efêmero no mundo globalizado.

Distância que só se aprofundou à medida em que os homens foram reconhecendo

como seu um poder e mesmo um dever de mudança, sobretudo a partir dos tempos modernos. Distância que chega hoje num ponto convulsivo. Esse arrancar da memória sob o impulso conquistador e erradicador da história tem como que um efeito de revelação: a ruptura de um elo de identidade muito antigo, no fim daquilo que vivíamos como uma evidência: a adequação da história e da memória (NORA, 1993, p. 8).

Pelo exposto acima pode-se afirmar que essa tradição e memória que o Festival Italiano conserva de seus imigrantes são efêmeras, somente visíveis no período do evento, dado que em outros períodos em que se visitar o município, não se verá a italianidade no cotidiano dos moradores desta cidade. O que se encontrará são alguns hábitos alimentares que se misturam a outros, que fazem parte do dia a dia, mas não representam com autenticidade a cultura italiana. A não ser, talvez, pelos corais infantis que as escolas desenvolvem como atividade para manter um pouco da cultura italiana presente na cidade, o jogo de Bocha entre os moradores que conhecem as regras do jogo, assim como o jogo de Cipó. Até mesmo as danças que são apresentadas no evento só se veem no período do festival, fora dele não acontecem, pois o grupo de dança que se apresenta (Ilustração 24) é do estado de Santa Catarina da cidade de Nova Veneza.

Ilustração 24 – Grupo de Dança Folclórica Ítalo Brasileiro de Nova Veneza (SC)



Fonte: Köhler (2017), acervo pessoal.

Mesmo que costumes e tradições sejam transmitidos entre gerações, não haverá o mesmo sentimento e significado de quem vivenciou os fatos. De acordo com Nora (1993) a história pertence a todos, mas a memória pertence somente a quem a vivenciou. Eles podem ser representados, contados e modificados, mas nunca constituirá o que realmente foi presenciado pelas pessoas que vivenciaram aquela memória que marcou tanto, que tenta criar uma identidade ao lugar, uma identidade temporária, visível somente durante a realização do Festival Italiano, e recordada de forma esporádica pelos descendentes dos imigrantes.

Sendo assim, afirma Pollak (1992, p. 204) que “a memória é um fenômeno construído social e individualmente, quando se trata da memória herdada, podemos também dizer que há uma ligação fenomenológica muito estreita entre a memória e o sentimento de identidade”. Contudo, essas lembranças representam a imagem de um passado em si, para si e para os outros, que se constitui ao longo da vida como uma referência cultural. Mas isto não é necessariamente presente na história cotidiana que se desenvolve dentro da comunidade de Nova Veneza (GO), onde o poder está em constante busca de prover a imagem local.

Podemos, portanto dizer que a *memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade*, tanto individual como coletivo, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLLAK, 1992, p. 204, grifos do autor).

A identidade e a memória são essenciais à sociedade coletiva e ao indivíduo. Elas podem ser negociadas e transformadas, podem ser disputadas em conflitos sociais e intergrupais ou até mesmo em disputas que opõem grupos políticos distintos. O ser humano reproduz no presente e no futuro o seu passado, sofrendo influência de culturas distintas na contemporaneidade, construindo uma identidade cultural híbrida, flexível. A cultura, como já citado anteriormente, está na inter-relação entre os membros de um grupo, a relação comportamental entre indivíduos e instituições.

Para o sociólogo Hall (2000), (2005), a identidade cultural liga o passado e o presente em um mundo social que sofre constantemente mudanças. A construção da identidade cultural é fragmentada, fluída e sofre influência da dinâmica da globalização, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos contornam, recebida historicamente e não biologicamente, de modo que, ao mesmo tempo em que aproxima pessoas, também as afasta. Pois, a identidade é formada pelo intercâmbio do indivíduo com a sociedade em que vive e com o mundo ao seu redor em constante transformação.

Não se pode crer que exista uma identidade pura para o festival de Nova Veneza, mas uma identificação, passível de mudança, de acordo com o pensamento de Hall. Em termos de identidade cultural, a organização do festival quer evidenciar uma identidade a partir das lembranças e memórias dos seus ascendentes, mas, percebe-se que isto é algo temporário que se manifesta somente por ocasião do festival. Por outro lado, com a realização da festa constrói-se uma imagem turística, como citado pelo entrevistado I (2017), pois se criou um evento, um produto comercializável, que atende uma demanda de público, que busca no atrativo turístico o entretenimento e alimentação. Ele diferencia de outras atratividades pela sua localização e por expressar traços de uma cultura, que embora não pertença ao cotidiano desses moradores, os turistas admiram e simpatizam com o mesmo.

Hall (2005) assevera que, a identidade cultural é uma forma de hibridismo cultural, gerada pela imigração e migração dos povos, na qual tem laços, costumes e valores que se transferem entre as gerações dentro da sociedade a que se pertence. Reafirmando o pensamento de Burke (2003), o hibridismo está nas práticas e objetos produzidos pelos antepassados, transformam-se com a globalização e reproduzem no presente a identidade cultural de forma híbrida, que sofre influência de distintas culturas.

Confirmando o pensamento de Hall (2005), que sinaliza as identidades culturais como híbridas, ou seja, movidas por mudanças, encontros e desencontros, e reforça que não é possível afirmar que temos uma “identidade”, mas que somos compostos por uma identificação, passível de mudança. Deste modo, os valores e costumes da cultura italiana demonstrados na cidade de Nova Veneza (GO) são transferidos por meio da religião, culinária, música, festa, entre outros elementos, gerados pela imigração dos italianos. Esta identidade sofre mudanças na contemporaneidade, com perspectiva de ser um bem de consumo, um atrativo turístico que visa atender a demanda de turistas que buscam o Festival Italiano para saborear a culinária e apreciar as atrações culturais.

Quando se cita a identidade cultural, ela envolve o espaço territorial em que a história se construiu, assim como seus costumes e tradições de pertencimento de uma cultura, seja nacional, regional ou local, a cultura na qual se nasce e se absorve no decorrer da vida. Não é algo imposto, mas adquirido e que se transforma. O patrimônio de cada espaço territorial envolve memórias, objetos, saberes e fazeres, que proporciona a interação entre comunidade, gestão pública e turista, através da sociabilidade. O Festival Italiano de Nova Veneza agrega diferentes culturas, transformando-se em vitrine para as manifestações culturais do estado de Goiás, permitindo compreender a diversidade da culinária regional e italiana, uma manifestação cultural inventada que proporciona a visibilidade do município dentro e fora do

estado de Goiás. Um produto turístico que tem sua tradição inventada, na qual a gestão pública fomenta este potencial para o desenvolvimento econômico e turístico no município.

2.3. UM PRODUTO TURÍSTICO EM NOVA VENEZA (GO)

A atividade turística ou o turismo ficou conhecido como a “indústria sem chaminés”, como afirmam Andrade e Moretto Netto (2001), pois foi comparado com os métodos de produção das indústrias. Produzindo bens de consumo, movimentando milhares de pessoas, gerando empregos e renda, desenvolvendo lugares com os atrativos turísticos, de forma geral, contribuindo para o desenvolvimento social e global.

Contudo, Jameson (2002) afirma que vivemos em uma sociedade de consumo, no qual os produtos culturais são industrializados em série. Para que um amplo público possa ter acesso, muitas vezes a cultura perde suas características e se transformam em mais um produto a ser consumido, que gera renda para quem o produz e desvaloriza a comunidade culturalmente.

Os aspectos históricos da atividade turística marcam quando o homem parte em busca da comercialização com outras localidades e povos, fomentando as grandes viagens, independente se eram exploratórias, para ocupação territorial, por motivos religiosos, ou outros. As viagens são um hábito muito antigo presente na história do homem. A primeira viagem ou excursão (comercialização do turismo) realizada por um grupo de pessoas aconteceu no século XIX, concretizada por Thomas Cook, de acordo com Ignarra (1998). O surgimento de outros meios de transporte, “começaram a criar condições mais favoráveis às viagens em escala acelerada” (CASTELLI, 1990, p. 19). Esse desenvolvimento refletiu em outras áreas da economia em geral, pois, quem viaja, além do meio de transporte, precisa de um local para pernoitar, um ambiente limpo e acolhedor que ofereça refeições e até mesmo algum entretenimento, entre outras peculiaridades que motive os turistas a se deslocarem de seu ponto de origem.

Para entender o que é o turismo, já que o mesmo possui uma quantidade significativa de definições, elaborou-se um quadro (Quadro 1) na perspectiva de apresentar esse conceito.

Quadro 1 – Conceitos de turismo

Autor	Conceito de turismo
Hermann von Schullen zu Schattenhofen,	Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na

Austria, 1911.	chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.
Robert Glückskamann, 1929, na escola berlinense.	Superação do espaço por pessoas que afluem a um lugar onde não possuem residência fixa.
Michele Trosisi, Itália, 1942.	Conjunto de viagens temporárias de pessoas, movidas por necessidades de repouso, de cura, espirituais ou intelectuais.
Luis Fernandez Fuster, Espanha, 1973.	Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propagandas (...). Os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras.
Geraldo Castelli, Brasil, 1990.	No turismo deve haver o desenvolvimento econômico, estabilidade econômica e eficiência repartitiva estando ao alcance de todos os grupos sociais que se movimentam em busca de satisfação.
Oscar De la Torre, México, 1992.	O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.
José Vicente de Andrade, Brasil, 2000.	Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.
Caio Carvalho, Brasil, 2001.	O turismo é um fator econômico que proporciona o deslocamento entre as pessoas, na busca de obter informações e prazer, por meio de uma infraestrutura adequada.

Fonte: Ignarra (1998), sistematizado pela autora.

Os distintos conceitos de turismo apresentados no quadro acima demonstram a diversidade de entendimento do turismo em lugares e épocas diferentes, como na Inglaterra em 1936 por A. J. Norwal, na Suíça no mesmo ano por Walter Hunziker e Krupt Krapf e nos

Estados Unidos, em 1974, por Donald Lundberg. Esses autores conceituaram o turismo, apresentando visões e versões próximas, que consistem em um conjunto de informações que indicam que o turista estaria envolvido na prática do turismo.

Mas, não se pode deixar de fazer referência ao conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT) que tem grande aceitação. Para a Organização Mundial do Turismo – OMT “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas 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* CRUZ, 2007, p. 4). Nos últimos anos, ocorreram modificações na definição de turismo dada pela OMT, e Pakman (2014), em seu estudo sobre a definição de turismo da OMT, reforça que não podemos simplesmente aceitar um único significado, pois o turismo é multidisciplinar e as visões e entendimentos científicos de cada disciplina envolvida são relevantes para se conceituar o turismo de forma geral. Para este autor “O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, **geralmente por prazer.**” (NACIONES UNIDAS / UNWTO, s/d, p. 1 *apud* Pakman, 2014, p. 18, grifo do autor).

Em dias atuais, o turismo possui uma estrutura organizacional que envolve o planejamento da atividade composta por meios de hospedagem, transporte, guias, operadoras, entre outros equipamentos para recepção do turista (BARRETO, 1995, p. 15). Mas, quando desenvolvida sem um planejamento adequado, a atividade turística pode causar também impactos negativos nas diversas dimensões sociais, podendo levar ao esgotamento dos atrativos turísticos. Refletindo o atrativo turístico como produto, Pinto (2013) segue o pensamento de Cooper (2011), que identifica os produtos turísticos como sendo complexos e multifacetados, construindo experiências benéficas para o consumidor.

Sobre o conceito de “experiência” assenta a visão contemporânea de produtos turísticos. Nesta perspectiva, o turista é coautor do produto. Na sua interação com este, advém complementarmente a experiência que, vivida sensorialmente, o transforma e o marca, conferindo-lhe relevância suficiente para o tornar memorável. Os produtos existem em simultâneo com o território, pelo que não deverão ser vistos isoladamente, mas numa perspectiva dialética com o meio. Nesta perspectiva, podem se identificar alguns aspetos essenciais e interligados, no próprio território, que contribuem para suporte dos produtos. Referimo-nos, à atratividade, à notoriedade e imagem; à acessibilidade, ao alojamento e restauração; às atividades proporcionadas, aos equipamentos e serviços de apoio; à informação e sinalização; à organização da operação (PINTO, 2013, p. 15).

Em Nova Veneza (GO), tem se investido na infraestrutura de acesso até este município no período da realização do Festival Italiano, com boa sinalização e pavimentação das vias

que levam ao local do evento. Assim, também se investe na organização do espaço, na Praça Central João Stival, que recebe uma estrutura para atender turistas, visitantes e comunidade local. Visando a geração de renda local, as ruas no entorno da praça são preparadas com tendas, mesas e cadeiras, composto de quiosques que recebe os colaboradores com a prestação de serviço com as comidas típicas, bebidas, doces e artesanatos. A organização do evento divulga o evento na mídia, em redes sociais, folders e na televisão. Os meios de comunicação utilizados atingem um grande público, que se desloca para o evento no período de sua realização.

Para compreender quem é o turista que frequenta o Festival Italiano, vale-se do conceito de Beni (1998), que divide em dois aspectos:

Turista – visitantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte) negócios, família, missões e conferências. Excursionistas – visitantes temporários que permaneçam menos de vinte e quatro horas no país visitado (incluindo viajantes de cruzeiros marítimos) (BENI, 1998, p. 37).

O Festival Italiano recebe os turistas e visitantes (excursionistas) de Goiânia, de cidades vizinhas e da região, bem como de outros estados como São Paulo, pessoas que estão a trabalho ou passeio na região. Utilizam o meio de transporte próprio (carro), para chegar até a cidade de Nova Veneza. O deslocamento dos turistas e visitantes é motivado a conhecer a manifestação cultural, que é um componente do produto turístico e faz parte do lugar. Porém, conforme afirma Ignarra (2002, p. 47),

Atrativo turístico é complexo, dado que a atratividade de certos elementos varia de forma acentuada de turista para turista. Um museu sobre o fundador de uma cidade pode ter grande importância para seus habitantes e nenhuma importância para seus visitantes. Um determinado santuário religioso pode ter grande atratividade para adeptos de uma determinada religião e nenhuma para adeptos de outras religiões.

No Festival Italiano de 2017, realizaram-se entrevistas com um número de 14 turistas²⁸ ou visitantes. Destes, 90% são motivados a participar da festa pela curiosidade em conhecer a culinária italiana. Para os 10% restante a sua motivação é distinta, desde o encontro com amigos, a família, o alto astral da festa, a organização e estrutura do evento, a imagem divulgada, a propaganda que seduz em conhecer o que o atrativo possui de diferente

²⁸ Entrevistados com faixa etária de 20 a 100 anos, do sexo masculino e feminino. As entrevistas transcritas serão arquivadas no LAPHICER, após banca de defesa, por conta do volume do material coletado.

em relação aos outros produtos turísticos da região. O perfil dos entrevistados se divide em 42% masculino e 58% feminino, sendo que destes, 92 % possui ensino superior e 8% ensino médio, com idade entre 20 e 70 anos, e somente 14% dos entrevistados possuem descendência de imigrantes italianos. Demonstrando assim, que 82 % dos entrevistados não tem vínculo com a imigração italiana, mas gostam da cultura e da culinária. O que chama a atenção é que Mais de 71% dos entrevistados (2017) estiveram pela primeira vez no Festival Italiano, os demais já frequentaram mais de duas vezes, tendo pessoas que participam todos os anos desde que iniciou o evento.

O Festival Italiano se diferencia de outras manifestações culturais do estado de Goiás, por ser de cultura distinta da regional, incomum na região centro-oeste. As expressões culturais no Cerrado têm forte vínculo com o desenvolvimento do turismo no estado. Na opinião de 85% dos entrevistados o festival preserva os traços da cultura italiana, é uma fonte geradora de renda para o município e um novo atrativo turístico no estado de Goiás. Contudo, 15% considera o evento algo comercial, industrial, deixando de apresentar as características italianas da comida artesanal. Os principais pontos positivos elencados pelos entrevistados são: Organização e estrutura da festa, gastronomia diversificada e a variedade da culinária italiana, segurança e o fato de não se ver pessoas mendigando na festa. Porém, os pontos negativos são apontados como a carência de cestos de lixos, falta sinalização para sanitários e omissão de limpeza dos mesmos, a presença de comidas que não representam a culinária italiana, bem como a ausência da culinária artesanal desta etnia.

Um atrativo turístico envolve diversos aspectos e, para que ocorra o deslocamento humano temporário, esses aspectos se entrelaçam à infraestrutura para receber o visitante ou turista. O mercado turístico é composto por diferentes segmentos que são influenciados pelo poder de compra, pela localização, por práticas de compras etc. Para definir esses segmentos, existem alguns critérios que podem variar, de acordo com o autor Ignarra (2002, p. 78). Os critérios que se apresentam são: geográficos, demográficos, psicográficos e os comportamentais, para segmentação do mercado turístico (Quadro 2). O quadro de segmentos do mercado turístico, com os critérios de segmentação e os segmentos, apresentado por Ignarra (2002), exemplifica e identifica os critérios que contribuem para se definir o mercado turístico.

Quadro 2 – Quadro de segmentos do mercado turístico

Critérios de Segmentação	Segmentos
--------------------------	-----------

Idade	Turismo Infantil Turismo Juvenil Turismo de Meia Idade Turismo de Terceira Idade
Nível de Renda	Turismo Popular Turismo de Classe Média Turismo de Luxo
Meio de Transporte	Turismo Aéreo Turismo Rodoviário Turismo Ferroviário Turismo Marítimo Turismo Fluvial/Lacustre
Duração da Permanência	Turismo de Curta Duração Turismo de Média Duração Turismo de Longa Duração
Distância do Mercado Consumidor	Turismo Local Turismo Regional Turismo Nacional Turismo Continental Turismo Internacional
Tipos de Grupos	Turismo Individual Turismo de Casais Turismo de Família Turismo de Grupos
Sentido do Fluxo Turístico	Turismo Emissivo Turismo Receptivo
Condição Geográfica da Destinação Turística	Turismo de Praia Turismo de Montanha Turismo de Campo Turismo de Neve
Aspecto Cultural	Turismo Étnico Turismo Religioso Turismo Histórico
Grau de Urbanização da Destinação Turística	Turismo de Grandes Metrôpoles Turismo de Pequenas Cidades Turismo Rural Turismo de Áreas Naturais
Motivação da Viagem	Turismo de Negócios Turismo de Eventos Turismo de Lazer Turismo de Saúde Turismo Educacional Turismo de Aventuras

	Turismo Esportivo Turismo de Pesca
--	---------------------------------------

Fonte: Ignarra (2002), p. 81-82.

A diversidade que o turismo proporciona ao mercado visa atender distintas faixas etárias e motivações. Existem segmentos que não aparecem relacionados neste Quadro 2, mas fazem parte do mercado turístico. Nossa escolha em relação à fonte consultada é para exemplificar alguns segmentos. Neste quadro, não estão indicados os segmentos do turismo cultural e do turismo gastronômico, compostos pela culinária, a religião, as manifestações culturais, as práticas cotidianas entre outros aspectos, como se apresentam no Festival Italiano na comunidade de Nova Veneza (GO).

O turismo cultural tem destaque dentre os outros segmentos turísticos, pois, segundo o Ministério do Turismo no Brasil (2010, p. 16):

O Turismo Cultural implica em experiências positivas do visitante com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação. Vivenciar significa sentir, captar a essência, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar aquilo que é o objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita.

O Ministério do Turismo no Brasil defende o conceito de turismo cultural com base na percepção do turista ao vivenciar, sentir e experimentar uma manifestação cultural e participar de suas atividades, tendo o visitante tempo para contemplar e apreciar o contexto social em que está inserido, quando fora de suas origens.

Ilustração 25 – Interação de Turistas, visitantes e comunidade.



Fonte: Köhler (2017), acervo pessoal.

No Festival Italiano, há momentos em que parte do público presente participa de uma dança juntamente com os bailarinos do grupo de dança de Nova Veneza Santa Catarina (Ilustração 25), sendo que os bailarinos juntamente com turistas ou visitantes se posicionam na frente do palco para realizar uma dança em que vão trocando de pares até finalizar a música. Muitos não conseguem acompanhar os passos da dança e a gargalhada corre solta, o divertimento e a descontração estão presentes na experiência de participar do momento.

O turismo cultural é uma atividade que comercializa a vivência e a experiência para o turista fora de seu cotidiano, um produto a ser consumido, comercializável (COSTA, 2009). Mas, de forma dilatada, ambos os conceitos estão dentro da perspectiva de envolver o turista ou visitante para que este vivencie e experimente o cotidiano ou alguns aspectos da cultura que se encontra em um espaço que não o seu de origem, seja na participação de uma dança ou jogo, cantando as músicas, saboreando a gastronomia ou simplesmente aproveitando o momento com amigos e família em um ambiente festivo e acolhedor.

Contudo, Costa (2009, p.190) afirma que:

O turismo cultural pode ser compreendido como um segmento da atividade turística que, por meio da apreciação, da vivência e da experimentação direta dos bens do patrimônio cultural, material e imaterial, e da mediação da comunicação interpretativa, proporciona aos visitantes a participação em um processo ativo de construção de conhecimentos sobre o patrimônio cultural e sobre seu contexto sócio-histórico. Em última escala, este processo auxiliará na produção de novos conhecimentos e a conservação dos bens visitados.

O turismo cultural envolve o patrimônio cultural material e imaterial em um único segmento e pode ser dividido em subáreas de interesse específico dentro da cultura. O Ministério do Turismo no Brasil (2010) apresenta algumas dessas subáreas:

- Turismo cívico, visitas ao museu JK em Brasília (DF);
- Turismo religioso, romaria ao Divino Pai Eterno em Trindade (GO);
- Turismo místico e esotérico, visita ao município de Alto Paraiso (GO);
- Turismo étnico, estar em contato com comunidades quilombolas;
- Turismo cinematográfico, visitar aspectos da cultura e patrimônio que compuseram cenário, para a TV ou cinema;
- Turismo arqueológico, visitar sítios arqueológicos;
- Turismo gastronômico, apreciar e saborear a culinária típica de uma determinada região ou localidade, podemos aqui citar o Festival Italiano de Nova Veneza (GO) (Ilustrações 26 e 27);
- Enoturismo, locais que plantam videiras e produzem vinhos, conhecer o processo de fabricação, no Rio Grande do Sul, existem roteiros específicos para conhecer as vinícolas;
- Turismo ferroviário, passeio de trem – Estrada de Ferro Curitiba – Paranaguá (PR).

Diante das subáreas do turismo cultural acima exposta, verifica-se que a gama de atividades e produtos turísticos que podem ser criados, desenvolvidos e comercializados dentro do mercado nacional, regional e local é imenso e que pode ser explorada de forma sustentável pela gestão pública.

O turismo gastronômico: uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos turísticos como a culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos (GÂNDARA; GIMENES; MASCARENHAS, 2009, p. 181).

Ilustração 26 – Prato da culinária italiana - macarrão ao molho comercializado no festival



Fonte: Köhler (2016), acervo pessoal.

Ilustração 27 – Prato da culinária italiana – Polenta com almondegas – comercializado no Festival



Fonte: Köhler (2016), acervo pessoal.

O estado de Goiás possui distintos municípios que desenvolvem festivais gastronômicos, e constituem o Circuito Gastronômico do estado, que conta com a participação de dez municípios para fomentar o turismo cultural e a culinária regional, entre outras manifestações culturais que desenvolvem o turismo no centro-oeste do Brasil. Por meio

da *Goiás Turismo*²⁹, o estado incentiva parcerias privadas e públicas, colocando Goiás na vitrine do turismo cultural em nível regional, nacional e, porque não, o internacional.

A identidade gastronômica se constrói a partir do arcabouço cultural dos grupos sociais, nos quais as decisões alimentares fazem parte de um sistema simbólico muito mais amplo, que orienta também as demais decisões que organizam tais grupos. Elementos formadores desta identidade gastronômica são as manifestações (ingredientes, técnicas de preparo e serviço dos pratos, rituais relacionados à degustação) que permanecem, ao longo do tempo, sendo associadas a tais grupos inclusive enquanto elementos formadores de uma identidade mais ampla. Nota-se, porém, tendo em vista a própria perspectiva da dinâmica cultural, que tais permanências podem chegar à contemporaneidade mantendo boa parte de suas características originais, bem como podem ser reinventadas, reinterpretadas e ganhar novo significado, dando origem a novos produtos e práticas, que por suas especificidades ainda se mantêm aglutinadas no conjunto da gastronomia regional. Face a um mercado, altamente competitivo, em que os destinos buscam diferenciação e destaque, essa identidade gastronômica vem sendo cada vez mais prestigiada como um atrativo turístico bastante sedutor (GÂNDARA; GIMENES; MASCARENHAS, 2009, p. 181-182).

O turismo gastronômico se mostra como uma vertente do turismo cultural, que tem sido explorado intensamente pelas cidades, ao criarem festivais gastronômicos com o intuito de fomentar o turismo local. Essa atividade turística necessita de planejamento e estrutura para transformá-la em produto para os turistas, e também como forma de divulgar a cidade que conseqüentemente pode impulsionar a economia local.

Por outro lado, caso a população não esteja envolvida no processo, certamente não se identificará com a própria cidade. Contudo, Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009) afirmam que a permanência de aspectos originais de uma cultura pode estar presente na contemporaneidade. História e turismo se misturam e mudam constantemente com a influência da globalização, assim, também as práticas culturais, em suas novas releituras de receitas e preparos, novas técnicas de fazer, demonstrando o hibridismo cultural entre imigrantes italianos que se fixaram em terras cerratenses, interagindo com a cultura goiana.

Assim, confirma-se que o Festival Italiano é um produto turístico que se consolidou ao longo de sua existência e com a participação no Circuito Gastronômico de Goiás, dando visibilidade à cidade, que tem na sua composição de origem, italianos, goianos e pessoas de culturas distintas, reforçando o hibridismo cultural na contemporaneidade, pois a manifestação faz parte da região turística dos negócios e tradições do estado (Ilustração 28).

²⁹ Agência estadual de turismo que visa o fortalecimento e crescimento do turismo no estado de Goiás, buscando intensificar sua contribuição para a geração de renda, ampliação do mercado de trabalho e valorização do patrimônio cultural, natural.

Ilustração 28 – Mapa turístico de Goiás



Fonte: Goiás Turismo (2017).

Por mais que seja uma tradição inventada neste município, ela tem raízes na história de sua formação. Nova Veneza (GO) tem se fortalecido com o festival Italiano como produto turístico comercializável e de visitação. Pois, de acordo com o entrevistado I (2017) “a ideia é fazer uma cidade cinematográfica de Veneza na Itália, no município de Nova Veneza (GO)”, projeto que visa à construção de uma réplica dos canais de Veneza no município goiano, atraindo turistas e visitantes fora do período de realização do evento.

O Festival Italiano se edificou como um produto turístico do segmento do turismo cultural e gastronômico. Um espetáculo para turistas e visitantes consumirem, onde se evidencia a presença de descendentes da cultura italiana, interagindo com o público participante e gerando desenvolvimento econômico e social ao município e ao estado de Goiás, objetivando construir uma a imagem da Itália no coração do Brasil. Para compreender a criação do Festival Italiano por ítalo-brasileiros, será elucidado no terceiro capítulo.

3º CAPÍTULO – O FESTIVAL ITALIANO EM TERRAS CERRATENSES

O terceiro capítulo tem como objetivo discorrer sobre o Festival Italiano, analisar a criação deste evento sob a perspectiva de um fenômeno dentro da sociedade de Nova Veneza (GO), apresentando os conceitos e a dimensão do termo festa. Busca-se também apontar as rupturas e continuidades pelas quais o Festival passou ao longo de suas 13 edições. Por fim, identificar de que forma o Festival Italiano consolidou-se como marca no município, investigando como se deu a construção dessa imagem ligada à Itália para fomentar o turismo na cidade, ou seja, como a realização deste evento serve de estratégia de *marketing* ou *city marketing* para o desenvolvimento local.

Desta forma, utiliza-se dos termos evento, festa, festividade, festejo e festival para se referir ao Festival Italiano de Nova Veneza (GO). O termo evento na contemporaneidade refere-se a celebrações distintas, a um acontecimento especial, a um marco intencional, planejado e organizado. Portanto, o evento pode partir de um simples jantar para comemorar uma data festiva, a um festival de música internacional, pois, o que é comum entre ambas às celebrações é o fato de sua essência ser um evento.

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc. (ZANELLA, 2003, p. 13).

Fica, pois, claro que o evento é um acontecimento especial, planejado e organizado com um objetivo, num determinado momento e local, para um público-alvo, independente de sua nomenclatura, mas que trás algo novo, que causa impacto, e que o resultado seja apenas o sucesso, uma vez que este deverá ser a imagem do evento após sua finalização. De acordo com Souza e Corrêa (2000, p. 65),

Evento turístico – abrange diversos tipos de realizações, desde congressos e similares até festivais ou atividades escolares extracurriculares. Todo o acontecimento sociocultural, ou fenômeno natural passível de prévia identificação temporal, capaz de motivar uma demanda turística e de ser incluído numa programação de viagem com data preestabelecida.

Contudo, Almeida e Souza (2008) defendem o conceito de festa como um objeto de estudo polissêmico, pelas distintas formas de saber, de interagir social e coletivamente, existentes entre os grupos dentro da sociedade, formando um hibridismo cultural. A festa pode ter vários significados para distintas pessoas que compartilham do mesmo espaço da

celebração, e verifica-se que esse espaço de manifestação se dá em Nova Veneza (GO).

Por outro lado, Amaral (1998) afirma que festa é um fenômeno que ocorre em todas as sociedades, com sentido e fundamentos distintos, mas com algo em comum, seu caráter de mediação. Amaral (1998) reforça ainda que a festa é um elemento mediador entre grupos coletivos de uma sociedade e que, quando ocorre a festividade, as diferenças entre esses grupos se dissipam na perspectiva de celebrar o todo e não somente um grupo específico.

A partir desta mediação, aspira-se compreender o que motivou a adesão dos moradores da cidade de Nova Veneza (GO) na realização do I Festival em 2003, assim como a integração entre culturas no decorrer das edições da festa. No entanto, o espaço e a memória de seus descendentes representam a vivência das pessoas que ali viveram ou ainda vivem.

Na ausência de documentos e registros sobre o início do Festival Italiano, se fez necessário recorrer às lembranças e memórias dos membros desta comunidade. A partir da pesquisa de campo por meio da observação do evento e da efetivação de entrevistas com organizadores, moradores, colaboradores, turistas e visitantes durante a concretização da festa, foram coletadas informações na tentativa de localizar elementos que colaborassem com a descrição do surgimento do Festival Italiano.

As cidades têm buscado na atividade turística, em conjunto com o *city marketing*, desenvolver-se econômica e socialmente, de modo que valorizam as suas características locais. Nota-se que, a promoção da cidade de Nova Veneza (GO), com a realização do Festival Italiano, é uma ação apoiada pela gestão pública, na tentativa de vender a cidade como um produto de consumo, na experiência de desenvolver economicamente o local com o turismo e atrair futuros investidores que possam instalar nesta região suas atividades econômicas, gerando emprego e renda ao município, bem como atrair cada vez mais turistas para o evento.

3.1. FESTIVAL DE ITALIANOS, PARA ITALIANOS OU SOBRE ITALIANOS?

Para se compreender as especificidades deste festival, é importante proceder-se uma análise sobre o conceito de festival, e por extensão, o de festa. Miranda (2001 p. 130) define festival como uma “manifestação popular, de cunho artístico-cultural, que ocorre em datas móveis ou fixas. Geralmente, consiste na apresentação de música, de dança, canto ou teatro”.

Na modalidade de evento cultural, o festival ressalta as características da cultura, englobando as tradições, os costumes típicos, hábitos das manifestações culturais a nível regional, nacional e internacional, reconhecendo e divulgando promocionalmente a festa.

Contudo, Britto e Fontes (2002) afirmam que eventos de interesse cultural, do tipo “encontros de convivência”, podem se denominar festival, pois se enquadram na tipologia da categoria promocional ou mercadológica. Desse modo, o festival é uma manifestação popular em que vários aspectos da cultura se encontram no mesmo ambiente de realização do evento. Essas características culturais envolvem hábitos alimentares, o esporte, o artesanato, a dança e a música.

A polissemia da palavra festa pode ser empregada em diversas áreas com o propósito de ultrapassar fronteiras, integração ou afirmação cultural, como objeto propulsor para o desenvolvimento local, como meio de comunicação entre outros. A compreensão de festa se mantém multifacetada. A festa é objeto de pesquisa em diversos campos de estudo e, segundo D’Abadia (2010, p. 70), “as festas aparecem como uma interrupção do tempo social, uma suspensão temporária das atividades diárias”. A festa é também um elemento de socialização entre pessoas. Entre vários aspectos que podem ser destacados da festa encontrar-se, o comemorar momentos da experiência cotidiana, acontecimentos históricos, reavivar memórias, exaltar suas crenças e promoção local com ofertas de bens de consumo. As diversas áreas de estudo da multiplicidade de uma festa demonstram essas características, conforme mostra o Quadro 3.

Para Brandão (2009), a festa é um ritual da própria vida. No entanto, essa festa transforma-se em instrumento de comunicação e mercadoria. No mesmo sentido, Ferreira (2005, p. 23) analisa “a festa – como instrumento privilegiado para o entendimento dos fenômenos da comunicação e ‘mercadoria’ para a expansão do turismo”. A festa é uma oportunidade de desenvolver economicamente os lugares que aderem a manifestação do festejar, envolvendo a interação cultural e social entre comunidade local e visitante.

Quadro 3 – Algumas concepções de Festa

Autor /Ano	Área de conhecimento	Definição	Tipologia de festa	Classificação
Lefebvre (1958)	Filosofia /Sociologia	A festa é colocada na irreduzibilidade do uso. É encontrada no sentido ou no aparecimento da cidade como obra. O urbano, em sua essência primordial, é visto pelo uso, encontro e festa. O cotidiano incorpora a festa numa ruptura,	Cotidiano e Dimensão residual	Encontro, urbano, uso, resíduos e possibilidades.

		com o outro cotidiano, aquele em que as relações sociais de produção disseminam-se e proliferam-se no plano da vida. A vida moderna coloca a festa em sua dimensão residual em estado de ausência /presença.		
Fustel de Coulanges (1976)	História	A festa é um acontecimento espiritual, trazido dos tempos antigos e presente em todas as sociedades como forma de honrar os seus deuses. O tempo da festa é o do sagrado, aquele que nega as práticas terrenas. A cidade recebe uma festa para cada divindade protetora.	Religiosa	Religiosa
Brandão (1989)	Antropologia	Festa é uma representação da constituição do sentido da vida e da ordem do mundo, vivenciada por meio de festejos e de símbolos.	Diversificadas	Sagradas e profanas Festejos (folias, congos etc.)
Durkheim (1996)	Sociologia	A festa assume características religiosas, ainda que, em alguns casos, seja laica. Tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco religioso. A festa promove a superação das distâncias dos indivíduos e produz um estado de efervescência e a transgressão das normas coletivas.	Ontológica	Festa Universal
Amaral (1998)	Antropologia	A festa é vista como via privilegiada de mediações da humanidade. É a mediadora entre os anseios individuais e os coletivos, revela as contradições impostas à vida humana pela dicotomia natureza e cultura e as formas festivas que surgem	Brasileiras	Culturais e religiosas (Juninas, SÍrio de Nazaré e o Divino) Espetáculos, Festivais Festa do peão,

		devido aos encontros culturais.		Folclórica e Padroeiros
Di Méo (2001)	Geografia	A festa é uma oportunidade de compreender a natureza da ligação territorial. Ela produz símbolos territoriais, é construção simbólica do território. Geografia simbólica das festas.	Diversificadas	Calendário; Padroeiro; Comemorativas; Cívicas; feiras e manifestações.
Pessoa (2007)	Antropologia / Sociologia	Festa é momento de aprendizagem, é o texto escrito pela memória, constituída pelos valores, transmissão oral do conhecimento. Festa não é só uma ocasião de descanso: é o momento de aprendizado, de reconstituição ou fortalecimento dos laços sociais.	Festa	Popular Encontro/reunião

Fonte: D'Abadia (2010, p. 72) adaptado pela autora.

A partir do Quadro 3, pode-se pautar o Festival Italiano de Nova Veneza (GO) como um encontro urbano que apresenta a relação social de produção para dar continuidade à vida, dar sentido e ordem ao mundo em que vive a comunidade, uma mediação entre a humanidade, e não menos importante é o momento de aprendizado, de reconstituição ou fortalecimento dos laços sociais, O Festival italiano se enquadra em todos os conceitos apresentados, seja na classificação ou conceito, com olhar distinto para os aspectos a se analisar o evento, mas principalmente um momento de fortalecimento dos laços sociais com a memória e mediação entre os indivíduos da comunidade. Também é uma forma de comercialização da imagem da cidade de Nova Veneza (GO).

Convém ressaltar que esta festa nasce também como uma ação para desenvolver um projeto turístico neste município, visando à comercialização da cultura local e da história do passado e do presente, que se destacam na região do centro-oeste do Brasil. Estas características possibilitam o desenvolver da atividade turística neste espaço, tendo em vista várias ações para envolver esta comunidade com o turismo, na perspectiva de gerar emprego e renda local, estimular a participação de descendentes e não descendentes de italianos e

reafirmar as origens das famílias italianas que nesta região imigraram se estabelecendo como a colônia italiana de Goiás, como já foi citado.

De acordo com o Entrevistado V (2017), “foi realizada a primeira reunião no dia 15/9/2003, no centro cultural de Nova Veneza (GO), antigo teatro da cidade, mobilizaram várias lideranças da cidade para apresentar a proposta de desenvolver um projeto turístico no município”. Nesta reunião estiveram presentes vários representantes de famílias tradicionais, empresários e funcionários públicos.

O objetivo da reunião foi para dar início a um programa que se pretende implantar no município de Nova Veneza, tornando a cidade um ponto turístico, explorando a sua origem que é a colonização italiana. Foi colocado por alguns presentes dos quais partiu a ideia, que esta primeira reunião seria para expor esse desejo, trocar algumas sugestões, ouvir a opinião das pessoas e a partir daí, começar a agir, criando uma Associação devidamente legalizada para estar montando e colocando em prática este projeto (AMIZA 2003, p. 1).

Desse modo, surge a Associação de Amigos de Nova Veneza - AMIZA, que se responsabilizaria por gerenciar e desenvolver um programa turístico para a cidade. Após a criação desta associação, na mesma reunião foi colocado como sugestão para iniciar este trabalho a realização de um evento típico da Itália, que poderia ser efetivado na data de aniversário de Nova Veneza, no mês de novembro do ano de 2003. Os participantes da reunião se agitaram positivamente com a ideia e colocaram-se a disposição para contribuir com o que fosse necessário. Assim, foi determinada uma nova data para dar sequência às reuniões, com a proposta de mobilizar o maior número de pessoas que pudessem colaborar com o projeto turístico em prol do município.

No dia 22/09/2003, realizou-se a segunda reunião com o objetivo de transformar a cidade de Nova Veneza em um lugar turístico, dando destaque a sua origem que é a colonização italiana, como afirma o Entrevistado V (2017),

Passou-se o tempo a gente cresceu né, e foi embora estudar, ficamos adulto e tudo, e eu sempre pensava, que a minha cidade era uma cidade que era única no estado de Goiás, com características únicas dos 246 municípios, ela tem uma identidade só dela, só ela tem aquela história. E eu pensava muito, a gente precisa fazer alguma coisa com essa cultura. Nós precisamos pegar essa cultura e fazer dela o desenvolvimento do município, porque é uma riqueza muito grande.

Para tanto, foi solicitado que os participantes desta segunda reunião acumulassem dados como fotos, documentos, cartas e objetos que remetessem aos imigrantes italianos, artefatos que pudessem contar a história dos imigrantes deste município, os quais seriam

catalogados e depositados em um museu. Outra ação para engrandecer o município que buscava desenvolver a atividade turística.

Foi retomada a sugestão de realizar um evento típico da Itália, “por sugestão de Graça Stival, que se realize uma quermesse, com comidas, danças e músicas típicas da Itália. No esporte surgiu uma partida de futebol resgatando o Esporte Clube Goianás, e ainda o jogo de Bocha” (AMIZA - ATA DE REUNIÃO 22/09/2003, p. 2). Surgindo assim, a ideia do festival gastronômico e cultural no aniversário da cidade. A participação de todos era importante para a montagem de um cronograma para o evento e o desenvolvimento das atividades. Dessa forma, criaram-se comissões responsáveis para desenvolverem as atividades e preparativos para o evento. O governo municipal e a câmara municipal apoiaram os encaminhamentos, até porque não estavam definidas as ações a serem realizadas para a festa do 45º aniversário da cidade, em que o festival gastronômico e cultural faria parte das comemorações.

Tomando forma, o evento típico da Itália já possuía uma nomenclatura: Festival Gastronômico e Cultural. O evento seria uma quermesse com comida, danças e músicas típicas da Itália, o jogo de bocha, um esporte tradicional do país europeu. A formatação do evento se desenvolvia com aspectos da cultura italiana, comissões para realização das tarefas de divulgação, planejamento, organização e desenvolvimento das atividades que fariam parte do evento foram constituídas.

Em 6 de outubro de 2003, a Associação dos Amigos de Nova Veneza (AMIZA) teve a primeira posse da comissão de pessoas que representaram o município para implantar o projeto turístico na cidade. A mobilização em prol do evento era significativa, pois a expectativa que se criava sobre o festival era grande. Parceiros como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, empresas locais e regionais contribuíram para a concretização do 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza nos dias 14, 15 e 16 de novembro de 2003 (Ilustração 29).

Vários meios de comunicação no ano de 2003 divulgaram o I Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO), onde se verificou o enaltecimento do evento, destacando a cidade como potencial turístico. No jornal “O Popular”, no dia 19 de outubro de 2003, o jornalista Arthur Rezende enfatiza que o município, aos poucos está se constituindo como uma cidade turística, próxima da capital e que não sofre influências negativas das grandes cidades, como a violência. No jornal “Diário da Manhã”, no dia 6 de novembro de 2003, Talvane Garcia ressalta os pratos da Itália com toque local, apresentando o macarrão ao molho de pequi, demonstrando assim, o hibridismo cultural no Festival Italiano. Neste mesmo jornal, em 12 de novembro de 2003, coluna café da manhã de Suelly Arantes, relata que “a

Itália vai ficar mais próxima [...], além de conhecer um pouco mais sobre a cultura italiana”. Em “O Popular”, na coluna magazine SPOT, Ciça Carvello, em 13 de novembro de 2003, exalta a cidade que abriga uma das mais tradicionais comunidades italianas no Estado.

Ilustração 29 – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza



Fonte: Entrevistado V (2017).

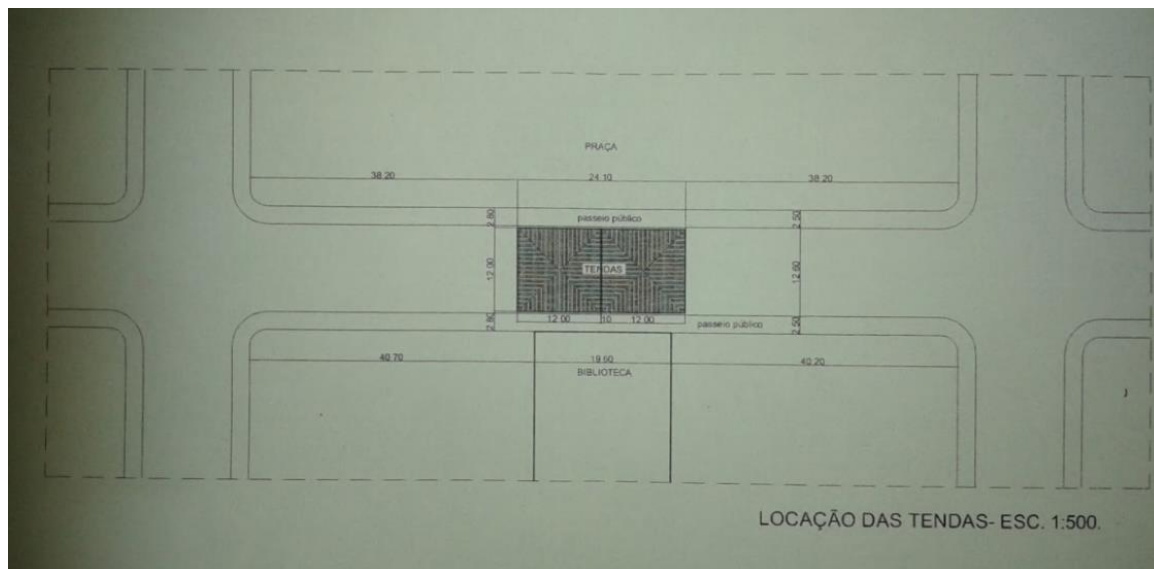
Assim, promovido pela AMIZA, representando a comunidade e pela Prefeitura Municipal de Nova Veneza, o primeiro festival foi realizado na Praça Matriz João Stival nesta cidade. De acordo com o Entrevistado V (2017),

E foi um desafio muito grande convencer aquelas pessoas de que aquilo que nos estávamos, das quantidades que estávamos prevendo de comida ali era insuficiente. Porque a minha expectativa, eu sabia que a gente ia ter um bum de público, eu tinha certeza disso, eu falava muito isso para as pessoas e elas não acreditavam, e é normal que não acreditem, é normal. Como sou da imprensa, fui jornalista, trabalhava na televisão na época, eu busquei muito o apoio da imprensa, dos meus amigos, rádios, jornais e nas TVs. Eu fui para dentro de todas as televisões, levei meus amigos jornalistas para lá, para ajudar a falar para as pessoas, para elas entenderem melhor, a importância daquilo tudo que estava ali para acontecer.

Fizemos uma movimentação muito grande na imprensa, e a imprensa acolheu a gente de forma espetacular (ENTREVISTADO V, 2017).

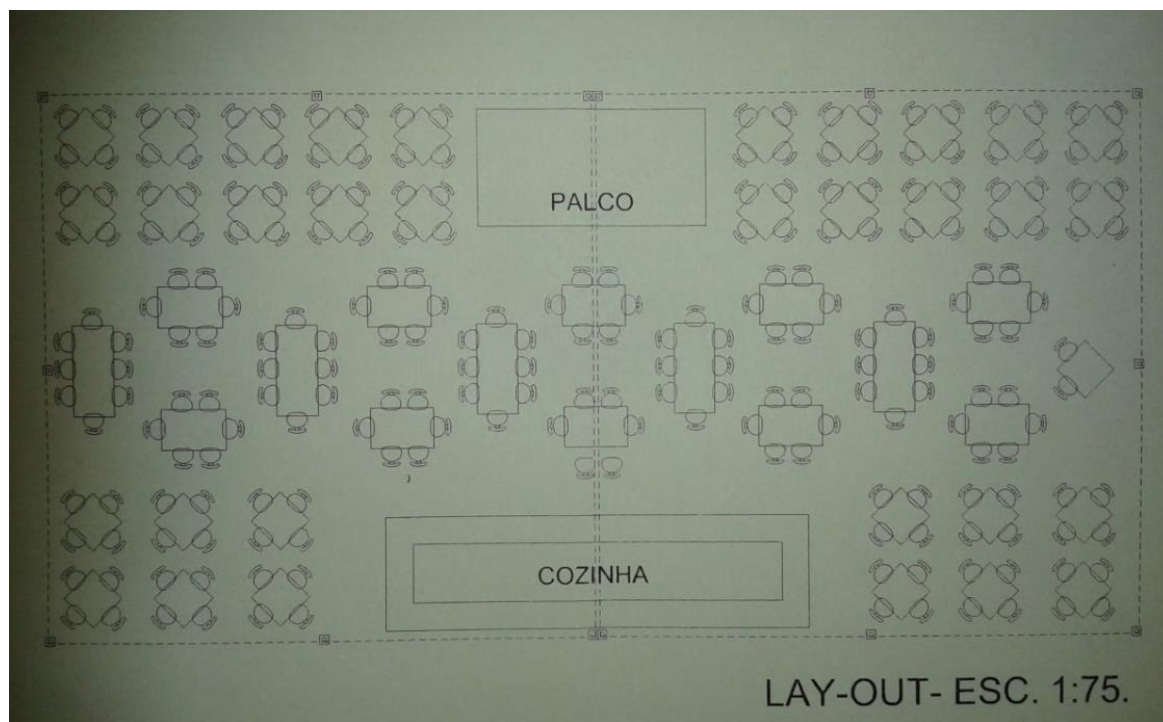
Foi montada uma estrutura para atender a comunidade local e visitante (Ilustrações 30 e 31).

Ilustração 30 – Layout das Tendas na Praça Matriz João Stival



Fonte: Entrevistado V (2017).

Ilustração 31 – Layout – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza



Fonte: Entrevistado V (2017).

Para um primeiro evento era modesta a estrutura fornecida, não se tinha ideia de quantidade de público ou como iria repercutir a divulgação do evento pela cidade e região, já que nem todas as pessoas acreditavam na proposta do evento como ação para desenvolver turisticamente o município. Para o Entrevistado V (2017),

Então chegou a época do festival, todo mundo queria ficar na cidade e não tem como, porque não tem como hospedar. Ok está muito próximo da capital, então isso não chegava a ser algo que compromettesse, mas aí a gente incentivou aquele projeto de cama e café para as pessoas se hospedarem na casa. A gente chegou a fazer isso nesse período que eu estava lá. A gente chegou a hospedar pessoas, em abrir esse trabalho lá, ficou, fizemos um ano e tinha perspectiva de crescimento, mas aí eu saí, e também não deram continuidade.

A cidade de Nova Veneza (GO) possui somente um Hotel que já existe há muitos anos. Por outro lado, as ações para desenvolver o projeto turístico ficaram restritas somente ao festival no decorrer de suas edições.

Brandão (1989) no seu livro *Cultura na rua* reforça que a festa se apossa da rotina, que mudanças são realizadas no período da festa, ultrapassando os limites e as normas que regem a sociedade, saindo das atividades do dia a dia, para atender a necessidade de outras pessoas, realizando atividades que não pertencem aos costumes locais, como é o caso da ação do projeto cama e café relatado acima. Cria-se um sistema de troca, ruptura do tradicional local, para atender ao desejo e à demanda do consumidor, no qual visitantes e visitados deixam de lado seus afazeres habituais para festejar. Seja prestando serviço ou consumindo serviços prestados. Assevera Brandão (1989, p. 6) tudo se festeja, a polissemia dos atores sociais que se reconhecem pertencentes se multiplica. Independente se é para festejar uma colheita boa, louvar um padroeiro, a súplica pela natureza em que traga chuva ou sol ou em memória a uma celebridade da cidade, acontecimentos que merecem uma festa. Brandão (1989, p. 5) continua dizendo que a “festa popular é uma mistura, ao mesmo tempo espontânea e ordenada, de momentos de rezar, cantar, dançar, desfilar, ver, torcer, cantar. Enfim, de ‘festar’, palavra brasileira que deliciosa e sabiamente resume tudo o que se deve fazer em uma *festa popular*”.

Essa mistura ordenada se materializa no Festival Italiano, na preparação e organização do mesmo, a espontaneidade também ocorre com a participação da comunidade de forma voluntária, com doações de prendas ou com a participação de colaboradores para a realização de distintas tarefas para a operacionalização do evento.

[...] ah um detalhe importante, na 1ª edição, lá no dia da reunião o prefeito falou

assim: eu dou uma vaca, o Sr. Tubias era outro italiano nosso lá, que morreu, era uma paixão da nossa vida, também deu uma vaca, a gente teve duas vacas para começar a fazer, ai matou as vacas e fizeram as carnes de lata e as almondegas. Então, a gente tinha as carnes de lata as almondegas e o macarrão, era esses três pratos que a gente tinha no 1º festival, que foi feito por meio da doação dessas duas vacas que foram ganhadas lá. Ai depois a gente foi na comunidade pedindo mais coisas, ai deu porco, deu mais não sei o que, a gente foi juntando coisas assim da comunidade pra fazer, [...] (ENTREVISTADO V, 2017).

O Entrevistado V (2017) relata que as pessoas colaboraram com o festival de forma voluntária, sem ganhos financeiros, pois, o importante é que os colaboradores sejam agentes adequados ao papel que ali desempenham: receber, transferir a cordialidade, apresentar a cultura local e servir os turistas e visitantes que chegam ao festival.

Desta forma, o 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO) realizou-se nos dias 14, 15 e 16 de novembro do ano de 2003 (Ilustração 32), sendo que na ocasião também se comemorou o 45º aniversário de emancipação política do município.

Ilustração 32 – 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO)



Fonte: AMIZA (2017).

Uma grande cantina decorada em estilo italiano combinado ao brasileiro foi abrigada na praça central, em frente à igreja matriz, tendo colaboradores com trajes típicos para atender

o público visitante. No cardápio, carnes recheadas e de lata, polenta, massas e molhos combinavam a culinária italiana ao sabor goiano, tendo a massa ao molho de pequi e açafrão (Goiás é Bom Demais³⁰ - Anexo II) para ser saboreado.

Atrações culturais convidadas descontraíam turistas e o público em geral com músicas e danças, bem como artistas locais, jogos tradicionais, como a bocha e o cipó (jogo de cartas que lembra o nosso truço), um costume dos imigrantes italianos que foi lembrado. Os jogos esportivos, como futebol e voleibol, vieram lembrar o Esporte Clube Goianás³¹ e a cavalgada realizada pela comunidade retrata um costume vivido pelos imigrantes.

As atividades ocorreram nos três dias programados. No primeiro dia, tudo começou com uma missa na igreja matriz, logo após a abertura oficial do festival para atender o jantar dos visitantes de sexta feira à noite.

Quando a gente foi montar a programação, a primeira coisa que perguntaram foi da missa, Foi a primeira coisa que perguntarão e a missa vai ser que hora, que dia? né. Na cabeça das pessoas a missa ia acontecer ali, tinha que acontecer, tá então tinha que fazer, então vamos tentar fazer uma missa mais italiana, vamos ver se agente consegue trazer alguém, vamos rezar, vamos botar algumas coisas e foi trabalhado isso. Tanto que a missa ainda preserva é a abertura do evento é a missa. Tai uma coisa que marca e mostra a religiosidade né (ENTREVISTADO V, 2017).

No segundo dia, no sábado a programação iniciava para atender o jantar, porém a reportagem da TV Anhanguera realizada no dia anterior e transmitida em rede local, levaram um público grande para o almoço em Nova Veneza (GO), surpreendendo a organização do evento.

Quando terminou a reportagem, passou assim uns quinze minutos, nós montamos ali na praça sabe ali, aqui a praça ali a rua de entrada da cidade. O que é que é aquilo, esse tanto de carro chegando, o povo chegando, chegando, chegando, o povo foi descendo para a festa, entenderam que tinha almoço, nos não programamos almoço pro sábado. As pessoas viram a reportagem e entenderam que tinha, não prestou atenção no cartaz que tava lá os dias e os trens da divulgação que fizemos ninguém quis saber, queria ir lá, ver a festa italiana. Ai chegou todo mundo viu que não tinha nada, é a noite, a noite. A noite esse povo veio todo mundo e mais outros tantos. Encheu aquela cidade, encheu aquilo ali. Olha toda comida que tinha pra noite, pro jantar do sábado e a comida que havia sido preparada para o domingo, veio para o sábado e também não deu, por que era muita gente. (ENTREVISTADO V, 2017).

Os preparativos para atender os visitantes para o jantar no dia 15 de novembro não foi

³⁰ O projeto “Goiás é Bom Demais”, uma iniciativa do SEBRAE-GO e Fórum de Entidades Empresariais ganhou a adesão do Governador Marconi Perillo e passou a ser o projeto oficial de divulgação do Estado de Goiás. O objetivo é promover a geração de negócios a partir da agregação dos valores do patrimônio cultural e natural, fortalecendo a imagem positiva de Goiás.

³¹ GONÇALVES (1992). A primeira associação de lazer e esporte de Nova Veneza (GO).

suficiente, o público participante ultrapassou as expectativas, toda a comida preparada para os dias 15 e 16 foi consumida na noite de sábado, deixando inclusive de atender visitantes que chegavam a todo o momento para o festival. O despreparo e a proximidade da capital atraiu um público além do que se esperava para o evento. Para finalizar o domingo com almoço e atender a demanda de pessoas que iriam para o evento, a única solução foi preparar macarronada e servir, pois todos os preparativos realizados já tinham sido consumidos nos dias anteriores, e a massa de macarrão é algo típico dos italianos, que não podia faltar na mesa em dias de festa e no domingo, quando toda a família estava reunida.

O macarrão é produzido com a farinha de trigo branca, derivado do cereal trigo, surgiu no momento em que o homem macerou o cereal e misturou com a água, formando uma pasta. Existem relatos de que os etruscos foram os primeiros a consumirem essa mistura. O cereal era produzido em abundância ao redor do Mar Mediterrâneo e comercializado na Sicília, trazido pelos fenícios.

Na realidade, a palavra e o produto macarrão são sicilianos, de raízes árabes-mouriscas. A expressão é dialetal e perdura até hoje, derivada de maccarrani, plural maccarruna, filha do verbo maccari, que significa achatar ou esmagar—amassar com bastante força, enfim. Naqueles idos, a Sicília controlava a produção, o transporte e a comercialização do *Triticum durum*, lá implantado pelos fenícios ao menos 2 mil anos antes de o pai de Marco Polo ter se casado. Comprova documentalmente essa teoria o tratado *Nuzhat Al-mushtaq fi Ikhtiraq Al-afaq* (ou “A dissertação de um apaixonado pelas peregrinações através do mundo”), escrito por um certo Abu Abdallah Muhammad ibn Muhammad ibn Idris em 1154 e no qual aparece pela primeira vez na história a descrição do processo de fabricação da pasta asciutta (LANCELLOTTI, 2016).

Com a contribuição dos árabes, surgiu a massa seca ou o macarrão na Itália, que se propagou por toda a península itálica, depois pela Europa e o mundo nos dias atuais. Lancellotti (2016) explica que existem mais de mil tipos de macarrão e modos diferentes de preparo, massa lisa ou rajada, longa ou curta, massa fresca e a massa seca, simples ou recheada, cada qual acompanhada de molhos distintos.

Os primeiros registros de produção de macarrão em escala semi-industrial foram encontrados em Palermo e a primeira indústria de macarrão foi aberta no ano de 1740 em Veneza, chegando ao Brasil junto com a imigração italiana nos séculos XIX e XX, inserida em nosso cardápio cotidiano nos dias atuais e também em eventos como o “Festival Italiano: gastronomia e cultura”, em Nova Veneza (GO), para atender a demanda de público no seu primeiro evento realizado.

Para a efetivação do evento, de acordo com o Entrevistado VI (2017) é necessário comprar a massa de macarrão grano duro que se aproxima das características do macarrão

artesanal, devido a grande demanda no período do evento e pelo fato da Cantina da Nonna, que é um dos principais pontos de vendas da culinária italiana, não ter estrutura para o preparo desta pasta, em consequência da grande demanda de turistas que o evento gera. Sendo assim, o prato típico italiano que é a macarronada, o mesmo perde alguns aspectos de sua preparação, da mesma forma, a polenta, prato típico italiano, também sofre mudanças ou perda de parte do ritual de sua preparação. Pois os italianos plantavam o milho, parte era destinada à produção da farinha de milho (fubá), parte destinada a alimentação de animais domésticos e também para a venda ou troca por outros produtos como a farinha branca (trigo) e o açúcar. Com o fubá se prepara a polenta, base alimentar dos italianos que foi transferido às gerações subsequentes. A polenta estava presente praticamente em todas as refeições da família, do café da manhã ao jantar. Na contemporaneidade, os ítalo-brasileiros ainda consomem a polenta, presente no cotidiano, mas não mais na proporção que era consumida pelos imigrantes.

No entanto, para o Festival Italiano se realiza a compra da farinha de milho (fubá) pela organização do evento. Já o preparo da polenta fica na responsabilidade das *nonnas* (avós descendentes de italianos), com suas receitas tradicionais, que repassam seus conhecimentos e técnicas do preparo deste prato da culinária italiana para a organização do evento.

Para o encerramento do 1º Festival, foi realizada uma cavalgada pelas ruas da cidade com a participação das pessoas da comunidade e visitantes (Ilustração 33).

Ilustração 33– Cavalgada de encerramento do 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO)



Fonte: AMIZA (2017).

Ao término do primeiro festival, já se pensava na possibilidade de realizar o segundo, conforme o Entrevistado V (2017),

Quando terminou a gente se reuniu e aí eu conversei com as pessoas e disse para todo mundo: olha gente nós não mais temos condições de fazer esse evento sozinhos, dessa forma que nós estamos fazendo, essa coisa amadora, como nós fizemos aqui, não podemos mais. Temos uma cidade inteira, um estado inteiro e uma capital inteira de olho na gente, e que vai vir para um segundo se a gente anunciar e nessas condições não podemos continuar.

Para estruturar o segundo festival, buscaram parcerias da gestão pública e privada, contando com o que já havia sido consolidada no primeiro evento, a participação do SEBRAE e a confirmação do apoio do Governo do Estado de Goiás para a segunda edição. Empresas da região colaboraram com o evento e continuam colaborando. A participação da Embaixada Italiana no Brasil se faz presente a cada edição com representantes, motivando a comunidade a divulgar as características da cultura italiana.

A cada nova edição do evento a preparação da estrutura para atender turistas e visitantes com comodidade e hospitalidade aumenta conforme a perspectiva de público.

Desse modo, verifica-se que o 1º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO) foi produzido por descendentes e não descendentes de italianos para um público distinto, podendo ou não ter a presença de italianos, mas um espetáculo aos olhos dos visitantes com apresentações culturais de danças e músicas italianas e regionais, com a culinária italiana agregada à goiana, sabores e aromas que mesclam as duas culturas no mesmo espaço, reforçando a memória e o patrimônio legados pelos imigrantes italianos e reforçando o hibridismo cultural.

O município de Nova Veneza no estado de Goiás é reconhecido como a primeira cidade a realizar um festival de gastronomia italiana, e atualmente faz parte do Circuito Gastronômico de Goiás, confirmando assim o que as autoras Barretto (2000) e Schlüter (2003) afirmam na transformação do legado cultural em bens de consumo. Criou-se um produto ao qual hoje é consumido por turistas, visitantes e comunidade local. De acordo com o Entrevistado I (2017),

Acreditei fortemente nessa, nesse turismo, criar a cidade com esse foco turístico, a identidade turística, porque hoje o turismo é a indústria que mais cresce no Brasil. Que mais gera emprego, então por estar na região metropolitana, próximo a Goiânia, 30 km de Goiânia que criar um projeto que busca a identidade da cidade e o turista. Porque o turista vem aqui deixa o dinheiro e vai embora.

O Entrevistado I (2017) cita aspectos que vão ao encontro com que as autoras Barreto (2000) e Schlüter (2003) relatam na transformação da cultura em produto de consumo, visando o mercado turístico e suas oportunidades no desenvolvimento local da cidade, que gera oportunidades de trabalho, valorizando o que é importante dentro da cultura, mas com foco no consumo, na venda da mercadoria. A tradição e a memória que resistem ao tempo entre os descendentes, acabam perdendo a sua importância cultural, quando o foco é a comercialização, gerando rupturas de alguns aspectos e continuidades de outros, assunto que será abordado no próximo subitem.

3.2. RUPTURAS E CONTINUIDADES NO FESTIVAL ITALIANO

Nesse tópico, procura-se analisar as mudanças ocorridas no evento desde o Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (2003) ao Festival Italiano: gastronomia e cultura de Nova Veneza (2017). Como apresentado anteriormente, o festival iniciou-se de forma modesta, com a participação da comunidade local, com apoio da prefeitura, do SEBRAE, com doações da comunidade e patrocínio de empresas locais. O evento se resumia à Cantina da Nonna, na prestação de serviços alimentícios e bebidas, palco para apresentações e pouca infraestrutura para receber os visitantes, conforme a Ilustração 30 e 31, anteriormente apresentadas.

Para a segunda edição no ano de 2004, a data de realização mudou de novembro para o mês de maio, constituindo-se na primeira ruptura. Esta mudança justifica-se, por optarem por um mês em que o clima é mais ameno e as chuvas já não são constantes.

Massa com molho de pequi, açafrão e frango. Goiás é Bom Demais foi o nome que recebeu o prato, criado em Nova Veneza durante o festival gastronômico no final de semana. Quem quiser experimentar a nova receita não pode perder a próxima edição do festival, que acontece em maio. Entretanto, autênticos descendentes de italianos que foram conferir o festival sentiram falta de barracas de queijos e embutidos defumados como salame e copa. Eles não poderiam faltar num evento como esse. Fica a sugestão para os organizadores do festival (CARVELLO, 2003, p. 2).

Para o segundo evento no ano de 2004, a AMIZA buscou novos parceiros, incluindo o governo do estado, que garantiu apoio e a sua presença na abertura do 2º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (Ilustração 34), como afirma matéria publicada por Arthur Rezende no jornal O Popular (2004, p. 2).

Ilustração 34 – Panfleto do 2º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza



Fonte: AMIZA (2017).

Percebe-se que do primeiro para o segundo evento, o tamanho da área ocupada na rua em frente à Praça Matriz mais que dobrou em referencia a Ilustração 30 e 31, tomando quase a quadra toda. Firmou-se parceria com a Federação das Indústrias do Estado de Goiás – FIEG e Serviço Nacional de aprendizagem Industrial – SENAI, que disponibilizou a estrutura móvel de sua panificadora para o evento, em que um instrutor e pessoas da comunidade colocaram suas receitas tradicionais para preparação e venda de pães, roscas e quitandas típicas da culinária italiana (Ilustração 35).

Ilustração 35 – Panificadora móvel do SENAI, no Festival Italiano.



Fonte: AMIZA (2017).

A parceria com o SEBRAE promoveu uma exposição com trabalhos manuais produzidos pela comunidade local, o *Mercato SEBRAE*.

As apresentações de “danças pelos jovens venezianos, que criou o grupo de dança e o coral. Decoração temática com floreiras, luminárias e objetos, além das cores que remetem à cultura italiana, fibras trançadas, balcões antigos, sacas de cereais e bonecos vestidos a caráter lembram a saga dos imigrantes” (NOTÍCIAS, 2004).

A Casa da Memória, junto à Cantina da Nonna, apresentava artefatos, cartas, entre outros objetos que os imigrantes possuíam e que permanecem com os seus descendentes. A programação do segundo evento previa jogos tipicamente italianos, como a bocha e o jogo de cartas (cipó), além da cavalgada, que se repete no segundo evento, uma atividade que os colonizadores tinham, reavivando uma tradição esquecida, pois ao final do percurso da cavalgada os animais eram ordenados desenhando a inicial da letra do anfitrião. Havia na festa a presença da imagem da padroeira da cidade, Nossa Senhora do Carmo, por ser a santa que veio junto à bagagem dos italianos ao imigrarem para o Brasil. Mas a imagem dessa Santa ficou no Festival somente na segunda edição.

Tanto que isso é ponto, tanto que no primeiro festival, no primeiro não, no segundo já lembro que a gente tava lá na hora da festa assim, começando a noite lá assim, de repente eu vi aquele tanto de gente descendo junto assim,[...]. E ai nos estávamos lá na festa na rua, de repente eu vi aquele tanto de gente descendo assim, [...]. A Gorete e a Rosa com a Mantilha cinza de renda, bonita a mantilha dela, segurando a imagem de Nossa Senhora do Carmo, elas tinham acabado de fazer a reza na igreja e ela trouxe a imagem para dentro do evento, isso foi uma das coisas que mais me marcou naquele festival, como eu achei, eu parei, eu não tive muita reação, ela me fez parar, eu não sabia se aquilo era bom ou ruim, no primeiro momento assim. E agora, isso o que, que é que a gente faz, elas, eles não perguntaram para ninguém se podia fazer aquilo, não tomou conhecimento, terminou lá, foi embora, porque tava tendo a festa, como é que Nossa Senhora do Carmo não ia ficar lá no meio da festa, entendeu, para você ver como é que é! Acho que essa sena, essa iniciativa canta tudo dessa religiosidade desse povo, ela entrou e ela largou, e arrumou um lugar pra por ela lá, e, pois, ficou lá e você pensa que todo mundo que entra vai lá e referenda a imagem. Porque é comum, é comum, bem naquela festa um mundo de gente de Goiânia de tudo quanto é lugar e aquela multidão de gente e ela com a Nossa Senhora do Carmo ali, pois ali e quero ver! (ENTREVISTADO V, 2017).

A religiosidade forte aspecto da comunidade italiana desta cidade, se fez e faz presente no festival italiano, seja pela missa de abertura ou por fatos como citado pelo Entrevistado V (2017). Sonho ou não, em Nova Veneza (GO) “tudo começa com reza e termina com festa”, o evento saiu da categoria de festa amadora para um festival com dimensões além das expectativas dos organizadores e até mesmo do público que participa e acompanha o seu desenvolvimento. Em 2004, a decoração da Cantina da Nonna se mantinha simples com as cores da Itália, bem como artefatos que relembram os imigrantes italianos e sua culinária (Ilustração 36).

Ilustração 36 – Decoração da Cantina da Nonna no 2º Festival



Fonte: AMIZA (2017).

Mesmo com ampliação do espaço e serviços oferecidos, a expectativa de público foi superada, visível nas filas que se formaram para adquirir produtos do festival, que foi reportado pela jornalista Ciça Carvello (2004, p. 2).

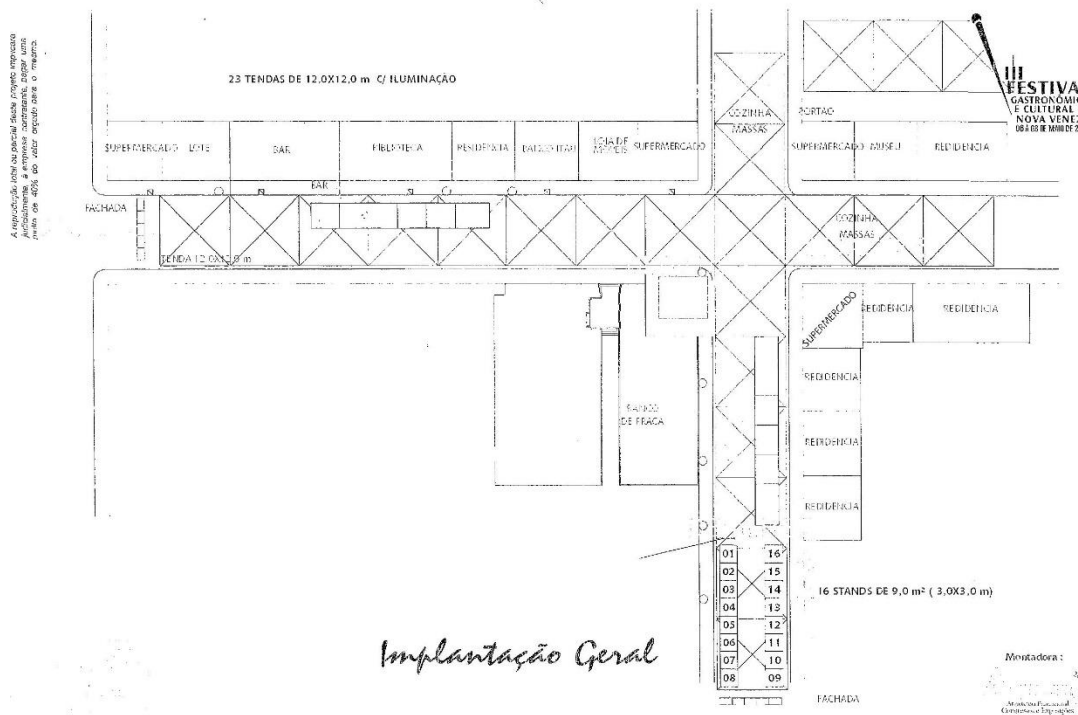
Foi sucesso de público a segunda edição do Festival Gastronômico de Nova Veneza. Mesmo com o espaço dobrado este ano, quem quis provar as iguarias italianas teve que enfrentar filas enormes nos três dias de evento. A organização do festival está de parabéns pelo capricho, mas retoques para atender melhor o público devem ser feitos no ano que vem, principalmente no que diz respeito ao volume do som, alto demais.

Dada a importância que alcançou em tão pouco tempo, na terceira edição do festival o apoio financeiro do governo do estado dobrou de valor, passando para 100 mil reais (COUTINHO, 2005).

Novos parceiros, empresas da capital, como o Restaurante La Vita Trattoria de Goiânia, especialista em massas e a PIZZA Z, uma franquia goiana, se juntaram à Cantina da Nonna na terceira edição do festival para atender a demanda de público esperado. O evento tem seu lançamento realizado no Palácio das Esmeraldas no mês de março de 2005, abrindo os preparativos para a realização do festival no mês de maio, nos dias 6, 7 e 8 do ano corrente. Os jornais divulgavam aos quatro cantos do estado de Goiás o evento em Nova Veneza (Anexo III). Novas atrações culturais, como o Grupo Folclórico Ítalo Brasileiro de Nova Veneza-SC, gerando intercâmbio entre essas cidades, contribuindo com aspectos culturais na programação do evento, as pessoas entusiasmadas participavam, colaboravam ativamente para tornar a cidade de Nova Veneza (GO) um lugar turístico.

Já a nova estrutura do 3º Festival contou com portal de entrada para o evento, criado por uma empresa especializada em Arquitetura Promocional, Congressos e Exposições, que realizou o *Lay-out* do mesmo (Ilustração 37), em que a estrutura contava com três mil metros quadrados, com 500 mesas e duas mil cadeiras distribuídas ao longo do evento que já utilizava da rua principal da Praça e mais uma rua transversal, onde foi alocado o “*Mercato SEBRAE*”, com comercialização de artesanato produzido pela comunidade local.

Ilustração 37 – Lay-out do 3º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza



Fonte: Entrevistado V (2017).

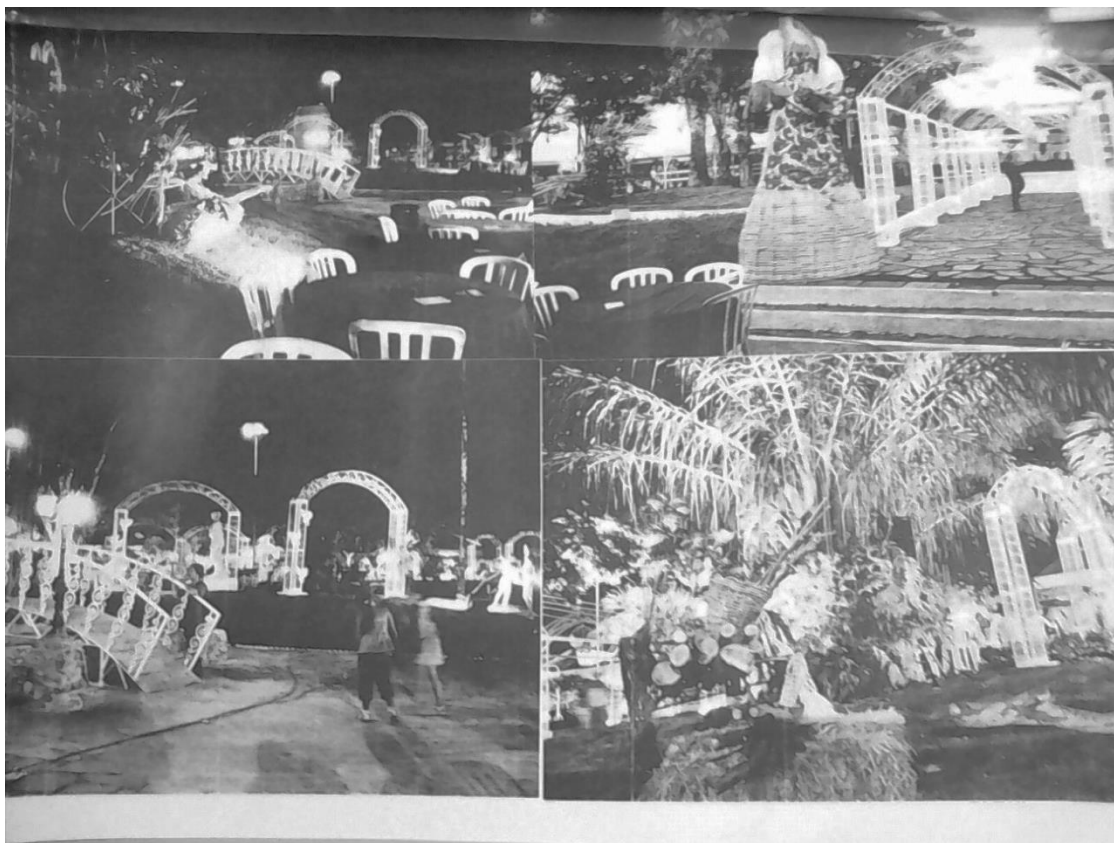
As novidades se multiplicavam a cada edição. Além da Cantina da Nonna, novos quiosques independentes como pastelaria, bar, sorveteria e pizzaria ampliavam a oferta de alimentos e bebidas na festa. A AMIZA contribuiu com a criação do Museu da Colonização de Nova Veneza, casa em estilo arquitetônico Arte Decô, de propriedade da família Peixoto, imigrantes italianos, o ambiente foi organizado com móveis e objetos utilizados por imigrantes, bem como documentos e artefatos que foram apresentados na “casa da memória” na segunda edição do Festival, que agora passam a possuir um local permanente. O museu foi inaugurado na terceira edição do Festival gastronômico. O município foi contemplado ao concorrer em um edital do Instituto do Patrimônio da Humanidade (Iphan), recebendo recursos financeiros para manter o funcionamento do mesmo (MASAN, 2005). O festival ainda nesta edição conta com uma réplica da ponte de Veneza na Itália, construído na praça (Ilustração 18, p.72), por onde as pessoas circulavam, as cores da bandeira da Itália dispostas nas mesas, quiosques e luminárias presentes no evento.

No ano de 2005, a Prefeitura Municipal de Nova Veneza autoriza o termo de convênio entre o município e a AMIZA, a Lei ^o 779 de 04 de julho de 2005 (Anexo VI). Diante disso, a AMIZA receberia uma verba municipal de vinte mil reais com o objetivo de implantar e

executar ações que visavam à conservação, manutenção, restauração e divulgação do patrimônio histórico do município, lei esta que foi sancionada pelo prefeito da época Luiz Antônio Stival Milhomens.

Para a 4ª edição do Festival, no ano de 2006, o que chama atenção é a decoração do evento, com fontes de água, luzes, réplica de pontes montada entremeio às mesas e os quiosques, por onde circulavam os turistas e visitantes (Ilustração 38), fazendo alusão à cidade de Veneza na Itália, apresentando a mesma estrutura do festival anterior, com a Cantina da Nonna e outros restaurantes, pizzarias, cafeteria, bar, sorveteria, pastelaria, entre outros que colaboraram para atender a demanda de turistas na festa.

Ilustração 38 – Imagens da decoração do 4º Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza



Fonte: AMIZA (2017).

Nota-se que a estrutura do festival cresceu e os serviços prestados para atender a demanda de público aumentavam a cada nova edição realizada, bem como o número de novos colaboradores e empresas que se integraram ao evento. A organização abriu espaço para a participação de empresas do ramo alimentício, de bebidas e outros que agregaram valor à

feira, mas sempre enaltecendo a cultura italiana. Os aspectos acima descritos dos quatro primeiros festivais demonstram somente desenvolvimento e ampliação, apresentando poucas rupturas já que o evento é algo recente na cidade.

A segunda ruptura perceptível do Festival aconteceu entre os anos de 2007 e 2008, quando o evento não se concretizou. De acordo com o Entrevistado I (2017), o evento não se efetivou neste período por motivos de ordem eleitoral³². Com essas mudanças e trocas de gestor público durante os anos de 2007 e 2008, muitas incertezas apareceram, impedindo a continuidade do Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza (GO). O Festival retorna em 2009, apresentando a ruptura na nomenclatura, o evento passa a se chamar em sua quinta edição, Festival Italiano de Nova Veneza (GO), conforme (Ilustração 39). Há também mudanças na AMIZA, que elege nova diretoria para dar continuidade as suas ações. O evento foi reestruturado, passando de três para quatro dias e de maio para setembro; o palco que ficava próximo à Cantina da Nonna ganhou um novo local, posicionado em frente à igreja, com visibilidade para toda a praça, com uma altura acima de um metro e meio, possibilitando uma visão privilegiada das apresentações culturais. Outra diferenciação do evento foi quanto à participação da comunidade local. Nas quatro primeiras edições todas as pessoas que trabalharam, era de forma voluntária. A partir da quinta edição, os colaboradores passaram a ser remunerados (Anexo V) pelos dias de trabalho no período do festival.

³² De acordo com a Câmara Municipal de Nova Veneza Estado de Goiás, Livro de Instalação e posse de Vereadores e Prefeito de número 2 da página 40 a 48. Toma posse dos cargos de prefeito e vice-prefeito para o pleito de 2005, a 2008, eleitos no ano de 2004, Luiz Antônio Stival Milhomens e vice-prefeito Waldomiro Stival Junior, em 1 de janeiro de 2005. No ano de 2007 por determinações do juiz eleitoral da Comarca de Nerópolis / Nova Veneza, toma posse os segundos colocados no pleito municipal de 2004, assim em 24 de abril de 2007 Sr. Amadeu Emiliano de Souza como prefeito e Antônio Francisco de Leles Júnior vice-prefeito, ambos não compareceram na sessão solene de posse, realizada na Câmara municipal desta cidade, mas atuaram com seus cargos públicos. Com isso os eleitos em segundo opção, descumpriram a Lei Orgânica Municipal, acarretando a cassação dos mesmos, que foram substituídos em 29 de agosto de 2008, por determinação da juíza da Comarca de Nerópolis / Nova Veneza, Dr. Lucia do P. S. Carrijo Costa, para dar posse aos senhores Oswaldo Tolentino da Silva e Mauricio Eterno Constantino, prefeito e vice-prefeito eleitos de forma indireta nos termos do art. 75, § 1 da Constituição Estadual para finalizar a atual gestão que finalizaria em 31 de dezembro de 2008.

Ilustração 39 – Divulgação da 5ª edição do Festival Italiano



Fonte: AMIZA (2017).

A infraestrutura de atendimento aos visitantes foi ampliada mais uma vez, agora circundando em dois lados e a rua principal, formando a letra “U” ao redor da Praça Matriz. A decoração do evento se utiliza de temas da cultura italiana e das cores verde, branco e vermelho, sempre presentes (Ilustração 40). Houve também a ampliação de quantidade de mesas e cadeiras, assim como sua disposição, novas estruturas de quiosques para os colaboradores que contribuem com a festa na prestação de serviços aos visitantes, e ampliação dos espaços de circulação das pessoas durante o evento.

Ilustração 40 – Imagens da estrutura da 5ª edição do Festival



Fonte: AMIZA (2017).

Na programação do evento não houve mudanças, iniciando com a celebração da missa, abertura oficial do evento, jantar na Cantina da Nonna ou demais quiosques, programação cultural e esportiva que se manteve com os jogos de bocha, cipó, futebol e voleibol. Shows culturais como o grupo de dança convidado de Santa Catarina, grupo de dança das escolas e o grupo de coral do município, músicas cantadas em italiano por convidados de outras regiões.

A grande novidade para esta edição é o primeiro Baile Carnaval de Veneza, uma atração nova, em que a organização do evento e o grupo Folclórico Ítalo brasileiro de Nova Veneza SC, percorrem o trajeto da festa com máscaras e roupas de época, ao som de músicas do carnaval brasileiro cantadas em italiano. O encerramento permanece com a tradicional cavalgada realizada pelas ruas da cidade. Houve também a construção do Centro Vocacional Gastronômico, no qual a nova cozinha da Cantina da Nonna será permanente e não mais improvisada, e após o evento, será utilizado para ministrar cursos para a comunidade local, capacitar os moradores.

A paralização do Festival por dois anos consecutivos, e sua retomada em 2009, evidencia que o poder público tomou a frente na realização deste evento, mantendo a parceria com a AMIZA, observação visível em distintos jornais impressos (Ilustração 41) em que se

atribuía a criação do festival a um ex-prefeito descendente de imigrantes da família Stival, não relatando a participação da comunidade para o desenvolvimento da proposta do evento.

Ilustração 41 – Reportagem impressa - Jornal de Nerópolis ano de 2010



Fonte: AMIZA (2017).

A continuidade do Festival Italiano para sua 6^a edição não teve mudanças em sua estrutura que contornava a Praça Matriz em três lados (Ilustração 42). Mantendo sua formatação da 5^a edição, assim como a programação cultural e esportiva. O crescimento foi em relação aos novos colaboradores na prestação de serviços, gerando oportunidades de trabalho temporário aos moradores locais.

para desenvolvimento sustentável do município com o turismo.

Consequentemente, ano após ano o festival se expande pelas ruas da cidade, de metro em metro, tomando do espaço no período da festividade, como em 2011, em que se realizou o 7º Festival Italiano. Em sua programação (Ilustração 43) de quatro dias de eventos, não contava mais com a estrutura móvel de panificação do SENAI e nem com a cavalgada de encerramento, que desde o primeiro evento consideravam como algo tradicional da cultura local, surgindo assim novas rupturas no festival, ao mesmo tempo em que se adapta às modernidades do cotidiano.

Ilustração 43 – Programação 7º Festival Italiano

Programação

DIA 26 – QUINTA-FEIRA
 08h. Café da manhã – Moradores , Comerciantes e Parceiros
 19h. Santa Missa com cânticos e rezas italiana - Igreja Matriz
 20h. Abertura Oficial
 21h. Jantar e apresentações culturais e ARTÍSTICAS
 2h. Encerramento

DIA 27 – SEXTA-FEIRA
 12h. Cantina da Nonna - Almoço e Shows
 19h. Lançamento do Livro "Da Itália para o Brasil" de Eleildo Stival, Paulino Stival e João Fachin
 20h. Jantar e apresentações culturais e artísticas
 Show com Patrick Dimon
 2h. Encerramento

DIA 28 – SÁBADO
 09h. Clube Social – Programação Esportiva
 12h. Cantina da Nonna - Almoço e Shows
 20h. Cantina da Nonna - Jantar e Shows
 21h. III Noite de Máscaras em Veneza
 3h. Encerramento

DIA 29 – DOMINGO
 09h. Clube Social – Programação Esportiva
 12h. Cantina da Nonna - Almoço e Shows
 20h. Encerramento - Momento Panoelço

7º FESTIVAL ITALIANO
 Gastronomia & Cultura

Realização:

Montagem:

Parceiros:

Fonte: AMIZA (2017).

O Festival Italiano em cada edição realizada se apresenta como ponto de referência para outros festivais gastronômicos que surgem dentro do estado de Goiás, bem como de identificação do município, que agora é conhecido pela realização deste evento. Antes da existência do festival, a cidade era conhecida somente como colônia dos italianos em Goiás, localizada entre as cidades de Nerópolis e Inhumas, ou simplesmente mais uma cidade entre tantas outras.

Anualmente, o público participante se origina de distintas cidades, próximas ou não de Nova Veneza, atraídos pela mídia, publicidade investida no evento para sua divulgação. No ano do centenário da imigração italiana neste município, a perspectiva era receber 180 mil visitantes para o 8º Festival Italiano no ano de 2012 (Ilustração 44). Essa perspectiva de público não foi possível se confirmar por falta de dados que comprovem se houve ou não a circulação dessa estimativa.

Ilustração 44 – 8º Festival Italiano e centenário da imigração em Nova Veneza



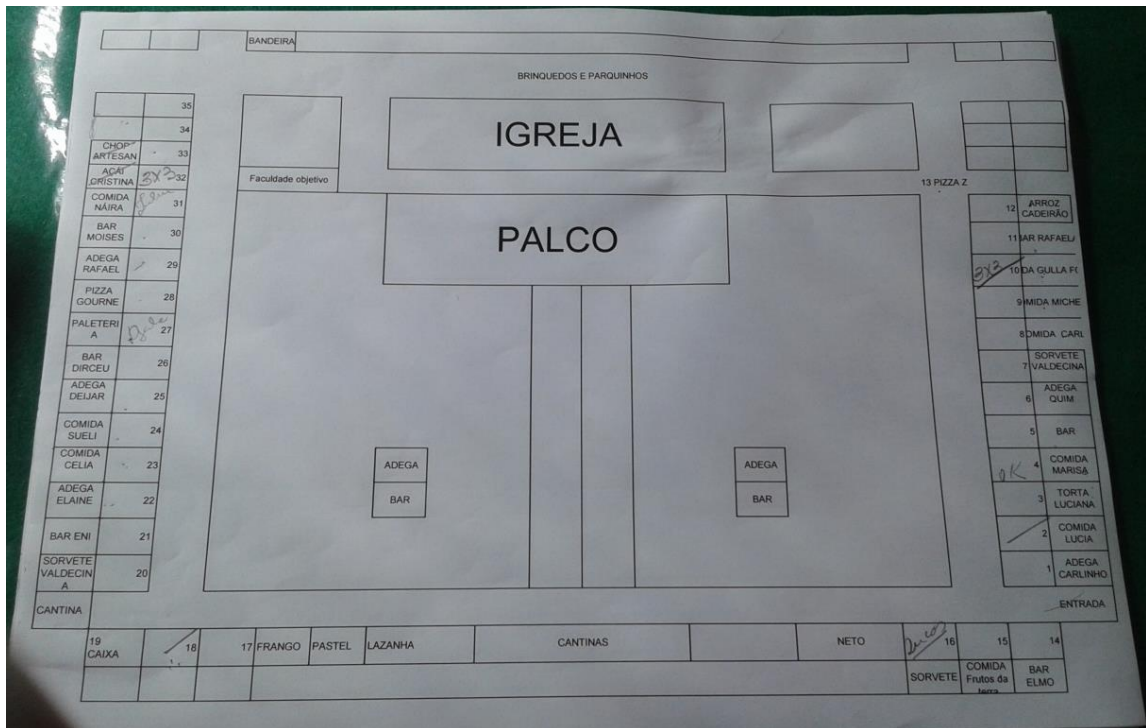
Fonte: AMIZA (2017).

Diante das probabilidades das últimas edições do festival em receber sempre acima de cem mil pessoas no período do evento não tem como calcular ou contar os participantes, pois o fluxo de entrada e saída das pessoas durante todo o evento é constante, assim como as filas que se formam nas cantinas e nos quiosques. A organização do evento passa uma estimativa de público, mas não existe um controle ou um método utilizado para prever ou realizar a contagem desse contingente.

A presença do público durante as apresentações culturais é intensa. Sempre faltam mesas e cadeiras para acomodar todos com tranquilidade. No ano de 2016, na 12ª edição do Festival Italiano (Ilustração 45) sua estrutura já englobava toda a quadra da Praça e Igreja

Matriz por todos os lados e se estendia pela entrada central pegando mais uma quadra antes de chegar à praça e uma quadra depois em linha reta para quem chega pela entrada principal da cidade, via Goiânia.

Ilustração 45 – Layout da 12ª edição do Festival Italiano – Em construção, sem o prolongamento na avenida principal.



Fonte: AMIZA (2017).

Pelo exposto, pode se observar que o Festival Italiano não é somente de comida italiana, ele também agrega a culinária regional ao longo de todas as suas edições, até mesmo pelo prato principal da Cantina da Nonna que foi criado no 1º Festival em 2003 “Goiás é Bom Demais” (massa ao molho de pequi), o qual evidencia a presença do hibridismo cultural entre goianos e italianos. As ofertas alimentares contam também com escondidinhos de carne, crepe, panquecas, risotos, porções de batata e pastéis, entre outros.

Não só de continuidades o festival se edifica, pois as rupturas não pararam. Em sua 13ª edição, em 2017 (Ilustração 46), a organização do festival ficou por conta da prefeitura municipal, com nova gestão pública (2017 a 2020) e pela Associação Veneziana Pró Festival Italiano (AFESTI), interrompendo um período de 12 anos em que a organização do evento esteve aos cuidados da Associação de Amigos de Nova Veneza (AMIZA).

Contudo, os colaboradores da AMIZA trabalham com a AFESTI. O que se entende é

que, com a nova gestão pública, se renovou também a proposta de realização do festival, novos diretores e pessoas descendentes de italianos do município que não moram mais na cidade, mas na capital, trazem uma nova visão para o evento.

Ilustração 46 – Festival Italiano de 2017 – Organização Prefeitura Municipal e AFESTI



Fonte: KOHLER (2017), acervo pessoal.

No entanto, o festival permanece com sua realização nas ruas da cidade ao redor da Praça e da Igreja Matriz, em que a entrada do visitante e turista é gratuita. A estimativa de público para o evento em 2017 foi de 100 mil pessoas que circularam em quatro dias de evento. Ainda neste festival apresentou-se uma novidade, a presença de rainha e princesas, que, com trajes típicos e estilizados desfilaram durante os dias do evento, como também participaram da promoção e divulgação do festival. Assim, uma imitação, cópia de outras

festas italianas que possuem a representação da beleza feminina da comunidade local com títulos de rainha e princesas, dando um charme a mais para o evento. Para sintetizar as rupturas e continuidades mais visíveis e que foram identificadas ao longo desta pesquisa, montou-se uma tabela (Ilustração 47) para visualização das informações.

Ilustração 47 – Rupturas e continuidades do Festival Italiano em suas 13 edições

FESTIVAL	1°	2°	3°	4°	2007	2008	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°	13°		
Atividades no Festival	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		
Mês de realização	novembro	maio	maio	maio	maio	maio	setembro	maio	maio	maio/junho	junho	junho	maio	junho	junho		
Quantidade de dias	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
Organização do Festival	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	AMIZA E PREFEITURA	PREFEITURA EAFESTI	
Apoio da Prefeitura	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Apoio Sebrae	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Apoio do Governo do estado	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Prespectiva de público	não tinha	10 mil	20 mil	30 mil	30 mil	30 mil	80 mil	90 mil	100 mil	180mil	100 mil	100 mil	100 mil	100 mil	100 mil	100 mil	
Baile Carnaval de Veneza	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Trabalho Voluntário	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	
Trabalho Remunerado	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Decoração	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	temática	
Missa em português e Italiano	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	sexta	
Programação cultural	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Jogos esportivos	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Cantina da Nonna	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Cozinha improvisada auxiliando a cantina	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Mercado - Sebae	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
venta de artesanato	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Cavalgada	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Panificação móvel	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Casa da Memória	ok	transformado em museu	ok	ok	ok	ok	museu	museu	museu	museu	museu	museu	museu	museu	museu	museu	
Novos quiosques	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Grupo de dança de escolas	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Coral Local	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Grupo de Dança de SC	ausente	ausente	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
Tendas	2	23	23	23	23	23	30	30	53	40	47	47	47	44	51	51	
Cadeiras	250	2000	2000	2000	2000	2000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	
Mesas	48	500	500	500	500	500	1300	1300	700	750	750	750	750	750	750	750	
Stand (quiosques)							7800	7800	31	72	72	72	72	77	79	79	
Valor Total estimado para estrutura completa do evento							157.500,00	157.500,00				RS 382.411,31	RS 512.667,20	RS 344.265,00	RS 275.000,00	RS 275.000,00	
Rainha e Princesas da Festa	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	ausente	Rainha e Princesas da Festa

Construção do centro vocacional gastronômico que atende como cozinha permanente no festival

Período sem realizar o Festival por questões eleitorais, muitas transições políticas
 Inabilitaram a realização do evento - Prefeito eleito em 2004 somente atuou por 2 anos e foi casado, assumindo o segundo colocado, que também foi casado, ficando o prefeito em 2008 mudou o presidente da Câmara e mudou novamente o prefeito

Fonte: KÖHLER (2018), organizado pela autora.

Na tabela acima ficam visíveis as rupturas do Festival Italiano, iniciado em 2007, com a ausência de sua realização por dois anos consecutivos, retornado somente em 2009 sob a concepção de nova diretoria da AMIZA, e uma nova gestão pública assumindo a realização do evento. Ainda nas rupturas temos a substituição da cavalgada de encerramento pelo painel que atualmente encerra o festival, com a circulação de membros da organização e colaboradores pela festa, batendo painéis e anunciando o encerramento do evento. Há ainda o museu, com suas atividades suspensas, bem como a ausência da panificadora móvel do SENAI, não havendo motivos específicos para tais interrupções.

Por outro lado, a continuidade do festival apresenta crescimento a cada edição, ampliando a quantidade de tendas, mesas e cadeiras, bem como a integração de novas cantinas de culinária regional e italiana entre outras. O *Mercato* SEBRAE que se mantém com a exposição de artesanato produzido pela comunidade local e municípios vizinhos, estimulando o empreendedorismo no município, alargando novos meios de geração de renda local. Portanto pode-se dizer que o festival, ao longo de suas 13 edições apresentou significativas mudanças, transformando-se de uma simples e amadora festa local em 2003, para um evento de grandes proporções no qual se constrói uma imagem, um *marketing* para o município de Nova Veneza (GO), como analisado no próximo tópico.

3.3. FESTIVAL ITALIANO NO CERRADO: O CITY MARKETING NA CONSTRUÇÃO DE UMA IMAGEM PARA A CIDADE DE NOVA VENEZA (GO)

A criação de um atrativo ou produto turístico faz parte das estratégias de *marketing* das cidades para atrair o público a consumir uma mercadoria. As estratégias são planejadas pela gestão pública municipal de Nova Veneza, para captação de capital e investimentos, gerando visibilidade do município a nível regional, nacional e internacional, com o Festival Italiano, que é a marca desta cidade, “saboreia a Itália no coração do Brasil”.

Honorato (2004) relata que o *marketing* evoluiu ao longo do tempo, de maximizador do objeto de consumo até maximizador da qualidade de vida de quem consome esses objetos. O *city marketing* em conjunto com o turismo constrói uma imagem que consolida o atrativo turístico junto aos consumidores, fortalecendo a atividade econômica local, assim como atraindo novos investimentos para a cidade, o crescimento no setor imobiliário, com abertura de novas oportunidades de trabalho, movimentando o comércio local, o recolhimento de impostos entre outros.

O *marketing* de lugares (*city marketing*) não é um fenômeno recente. Segundo Ocke e

Ikeda (2014), ele é utilizado há mais de dois séculos e se refere à necessidade que cada localidade possui para que se diferencie das demais, busca “afirmar sua individualidade e características distintas, desenvolvendo vetores de atratividade nos âmbitos: econômico, político ou psicossocial” (OCKE; IKEDA, 2014, p. 671).

Como definir o *marketing* quando este se apresenta no cotidiano das pessoas, motivando o consumo de produtos nas diversas áreas que nos rodeiam, seja na saúde, alimentação, na economia, na política, no lazer, entre outras? O *marketing* valoriza o ser humano, colocando em questão o que é melhor para a pessoa, o quanto ela pode pagar por esse ou aquele produto, o que ela busca para lhe satisfazer? Vive-se em um ambiente competitivo diariamente e as nossas necessidades e desejos de consumo sofrem constantes mudanças.

[...] marketing é o processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros. Muitas pessoas veem o marketing de modo como a arte de procurar e encontrar formas inteligentes de dispor dos produtos de uma organização, ou seja, o marketing é visto apenas como propaganda ou venda de produtos. No entanto, a arte do verdadeiro marketing é a arte de saber o quê fazer (KOTLER, 1999, p. 27).

Para Kotler (1999), o *marketing* tem a função de identificar as necessidades e os desejos do consumidor, determinando assim o planejar de novos produtos, serviços e programas adequados aos mercados-alvo que a organização pode servir melhor. A essência do *marketing* é o processo de troca por meio de produtos e serviços, comprados e vendidos na tentativa de facilitar e solucionar os problemas que atingem os consumidores no seu cotidiano.

Deste modo, o *marketing* amplia e conquista novos espaços de atuação em instituições que visam o lucro e instituições não lucrativas, mas que tendem a melhorar a qualidade de vida. Honorato (2004), em consonância com o pensamento de Kotler e Levy (1969), defende a expansão do *marketing* para todas as organizações, sejam elas tradicionais ou não, com ou sem fins lucrativos, com o propósito de atingirem seus objetivos.

O autor cita ainda alguns desses tipos de *marketing*: o *marketing* pessoal, destinado a cultivar a atenção e o interesse de um público-alvo em relação à pessoa, como é efetivado nas campanhas políticas em período eleitoral para atrair o voto da população a um determinado candidato; o *marketing* de causa, voltado a questões sociais, criando apoio a ideias que provoquem mudança de comportamento socialmente indesejável, como a campanha “diga não às drogas”; o *marketing* institucional de ajuda mútua, por meio de prestadores de serviços que

procuram influenciar públicos-alvo a aceitarem seus objetivos, receberem seus serviços ou contribuírem com doações e trabalhos voluntários; o *marketing* turístico, com atividades que facilitam o processo de troca entre os agentes e o mercado turístico, na divulgação e venda de pacotes para viagens, entre outros; e o *marketing* de cidades (*city marketing*), destinado a aumentar a capacidade de adaptação de uma cidade ou região às mudanças da contemporaneidade, desenvolvendo a competitividade entre as cidades para atrair investimentos em diferentes setores e fomentar o desenvolvimento local.

No meio acadêmico, essa nomenclatura se apresenta de forma variável, como *marketing* territorial, *marketing* geográfico, *marketing* público, *marketing* urbano, *marketing* de localidade, *city marketing* e *marketing* de lugares, ao atingir amplamente qualquer localidade (país, região, estado, cidade, distrito). O *city marketing* envolve o processo de oferta e demanda entre a localidade e os consumidores com o objetivo de gerar valor para os envolvidos, sejam eles investidores, organizações, visitantes ou população local.

O *Marketing* de Cidades é, constantemente, designado nas literaturas como *Marketing* Territorial, *Marketing* Público ou *Marketing* de Localidades. Entretanto, seja qual for a terminologia acima, o significado está relacionado à aplicação do conceito do processo de troca entre a cidade com os habitantes locais, consumidores - ou clientes - organizações e investidores, que tem o intuito de gerar valor às partes, assim, envolvidas – ou stakeholders. Cabe ressaltar que, o *marketing* aplicado ao Setor Público não se refere apenas à promoção e a comunicação do país, estado, regiões ou cidades, pois isto seria limitar, de modo significativo, o escopo e a amplitude das técnicas de *Marketing*. Neste cenário, o *Marketing* de Localidades visa aproximar, bem como fortalecer o relacionamento entre o governante e os seus atores locais, com o intuito de promover trocas, onde o território – ou localidade – é o objeto principal, bem como o produto do *Marketing* Localidades (MINCIOTTI; SILVA, 2011, p. 330).

Minciotti e Silva (2011) alertam que o desenvolvimento do *marketing* de localidade carece de estratégias de *marketing* capazes de atrair novos negócios, manter os que já existem e conquistar investidores, pois o objetivo está em fortalecer a capacidade da comunidade em se adaptar às constantes mudanças no mercado globalizado. A perspectiva do *city marketing* vai além de superar as dificuldades em que se encontra a localidade, desenvolver novas oportunidades no mercado competitivo das cidades e atrair investimentos na construção de uma imagem que venda o lugar.

O *city marketing* ou *marketing* de cidades é uma ramificação do planejamento estratégico, que surgiu na década de 1990, uma política estratégica de valorização das características mais importantes das cidades, tornando-as atrativas e competitivas. Por isto, pode ser considerada uma ferramenta de desenvolvimento e planejamento de cidades grandes

ou que possuem peculiaridades turísticas, adquirindo uma centralidade no conjunto das novas políticas urbanas.

Segundo Sánchez (2001), trata-se do principal instrumento para alavancar os diversos processos de promoção que pequenas cidades estão utilizando para desenvolver economicamente a localidade. Ações desenvolvidas pela sociedade promovem a valorização local e o incremento econômico, atraindo novos investidores para a região e proporcionando desenvolvimento e qualidade de vida aos moradores de forma sustentável. Pois bem, um exemplo de *city marketing* é o caso de Curitiba, que se transformou em cidade turística, capital ecológica, entre outras qualidades que lhe foi atribuída, atraindo grandes investidores e empresas.

City marketing é definido como a percepção das vantagens da obtenção de investimentos privados e a preparação de estruturas de parceria para alcançá-los. O *city marketing* será tratado aqui como o processo mediante o qual as atividades urbanas estão o mais proximamente possível relacionadas com a demanda de clientes-alvo de forma a maximizar a eficiência social e o funcionamento econômico da área envolvida de acordo com todos os objetivos que tenham sido estabelecidos (ASHWORTH; VOOGD apud SÁNCHEZ, 2003, p. 55).

O *city marketing* promove a venda do lugar com finalidades empresariais e políticas públicas voltadas às demandas de consumidores específicos, os turistas. Essa promoção do espaço geográfico, local, regional ou até mesmo global, quando se tem objetivos determinados, pode estimular o desenvolvimento de atividades como o turismo local, a migração interna e investimentos empresariais, imobiliários entre outros, como é o caso de Nova Veneza (GO), que se utiliza do Festival Italiano para criar uma imagem que promova a localidade. Assim, o “Festival Italiano: gastronomia e cultura” se confirma como uma estratégia importante para promover o turismo local e a cidade, por meio do *marketing* de cidades, utilizando-se de traços da cultura de um país do continente europeu em solo brasileiro. Nesse sentido, percebe-se um esforço dos gestores do município de Nova Veneza (GO) em promover a cidade com aspectos da cultura italiana adaptados em terras goianas. Sem dúvida, a iniciativa contribuiu para promover a cidade, já que o *city marketing* trabalha com as características do lugar e os traços da cultura italiana nessa comunidade vêm da história de fundação da mesma.

Inicialmente o evento foi criado com o objetivo de desenvolver a atividade turística com a geração de emprego e renda local e homenagear os imigrantes italianos que fundaram esta cidade. Ou seja, a promoção da cidade com o *city marketing* ainda não estava tão visível por ocasião do primeiro festival gastronômico e cultural, mesmo havendo a intenção de se

criar um projeto que desenvolvesse ações para incrementar uma das atividades econômicas que mais cresce atualmente, o turismo, e que se destaca na ampliação da oferta de emprego e geração de renda.

O mundo globalizado estabelece um mercado competitivo no espaço em que se vive. Santos (2006, p. 39) define o espaço como sendo “formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas, de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. Esse conjunto indissociável é composto de atores hegemônicos que possuem a capacidade de intervir sobre o ordenamento e reordenamento do território, que muitas vezes resulta na criação artificial de objetos e ações neste espaço. Para exemplificar o conceito de espaço acima exposto, pode-se tomar o município de Nova Veneza (GO), que a partir de uma ação para o desenvolvimento da atividade turística, criou o Festival Italiano, com a expectativa de gerar emprego e renda local. Santos (2006, p. 39) reforça que “os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes”. Especificamente o Festival Italiano foi criado a partir de características da história de formação deste município, que é a presença da cultura italiana, como um novo produto turístico no estado de Goiás.

Facilmente se presume que as gestões públicas que passaram por Nova Veneza (GO) foram construindo uma imagem para evidenciar a presença da cultura italiana nesta localidade, colocando a cidade em destaque na região ao desenvolver e sustentar o “Festival Italiano: gastronomia e cultura”. A dinâmica da sociedade apresenta novas leituras para a reinterpretação de traços culturais e a integração social entre descendentes e não descendentes, na qual a gastronomia é o elo mais forte, pois,

A festa culinária une os homens, relembra histórias, ativa memórias, traz ancestrais, santos, deuses, mitos, todos reunidos nas mesmas comidas, nos mesmo atos de comensabilidade, de marcar datas, ciclos, eventos que identificam sociedades, e por isso são autorais, próprios, singulares de um povo, de uma região, de uma civilização, de indivíduos... tendo sempre na comida o elo fundamental que identifica e reconhece (LODY, 2008, p. 23).

No contexto turístico goiano, o *city marketing* utilizado como uma das estratégias para o estado foi criação do “Circuito Gastronômico de Goiás”, do qual faz parte o Festival Italiano, como já citado anteriormente. A promoção de características locais em festejos como este necessita da participação da comunidade local, além do envolvimento do poder público e da iniciativa privada, de modo a contribuir para o desenvolvimento do turismo local, regional

e estadual, que tem em tal atividade mais uma fonte de geração de empregos e renda, ao divulgar a cidade como mercadoria ou produto, atraindo consumidores.

A participação da comunidade no processo de identificação da real necessidade em criar produtos com as características locais contribui para a identificação de futuros consumidores. Mas a criação de novos produtos não pode modificar a sua história social, cultural, natural, sendo fiel à memória de gerações passadas e de seu presente. Contudo, nem sempre é possível manter uma atividade extra cotidiana, quando não se tem, nem mesmo em casa hábito tradicional para ser mostrado, o que resulta na imitação ou cópia de algo similar ao que existiu.

O município de Nova Veneza (GO), representado pela administração pública, apoia esta manifestação cultural denominada “Festival Italiano: Gastronomia e Cultura”, com verba para a infraestrutura do evento, contratando empresa que presta os serviços necessários por meio de licitação. O diferencial para desenvolver esta atividade turística está na fomentação de uma marca para o evento como estratégia e promoção da cidade, utilizando-se das redes sociais e mídias, concorrendo desta forma com o atual mercado competitivo que é a atividade turística, já que seus aspectos mais marcantes estão na presença da cultura italiana em terras cerratenses, uma peculiaridade distinta de tantas outras expressões culturais presentes no estado de Goiás.

Em maio de 2017, o governo estadual liberou para o município de Nova Veneza o valor de um milhão de reais para o setor turístico. “De acordo com [o governador] Perillo, o dinheiro será utilizado para a reprodução de alguns cenários da cidade italiana Veneza, além de ajudar projetos da atual gestão municipal para consolidar o turismo gastronômico e temático” (O POPULAR, 2017).

Assim, com este festival edifica-se uma imagem para Nova Veneza (GO), onde se faz uma analogia à cidade de Veneza na Itália, representando interesses da elite política e da economia local, quando se utilizam do *city marketing* para divulgar o evento. Valores da cultura italiana são utilizados de forma efêmera para impulsionar um evento que é realizado uma vez por ano, com duração de quatro dias. Esta é uma tendência da contemporaneidade na reprodução e inovação dos espaços urbanos, a realização de eventos com características históricas e culturais da cidade que se destaca entre outras da região.

A valorização da cultura gera, assim, um negócio na cidade, um modismo da atualidade. A cultura se transforma em mercadoria turística, produz novos desejos de consumo, ao mesmo tempo em que produz uma ideia de coletivo, um rótulo para demonstrar a integração social e cultural de forma mais democrática, mas somente visível no período da

realização do evento.

Tais ações impõem uma adesão ao projeto pela comunidade local, e a um estilo de vida que nem sempre pertence aos mesmos. As intervenções de planejamento e política pública ocorrem com base nos interesses das elites capitalistas que têm a preocupação em gerar um diferencial competitivo entre as cidades. Portanto, o *city marketing* busca a visibilidade das cidades no cenário local, regional, nacional e mundial a partir da construção de imagens que fortalecem características marcantes para a captação de investimentos e turistas para a localidade, investimentos como o que o governo estadual liberou para o município, referido anteriormente.

A visibilidade que a cidade de Nova Veneza (GO) tem vivenciado com a realização do Festival Italiano ao longo de suas 13 edições já ultrapassou mais de 100 mil visitantes e conseguiu visibilidade nacional, chamando a atenção de outras gestões públicas, pois, atrair turistas não é algo tão simples de se fazer com um mercado turístico competitivo entre as cidades de uma mesma região.

O turismo pode ser um importante vetor que, aliado ao *city marketing*, maximiza os benefícios econômicos, sociais e ambientais do turismo para a comunidade local. Por outro lado, a atividade turística precisa de estratégias para definir sua marca e imagem na singularidade local, despertando o desejo de consumidores externos e internos. Desse modo, o *city marketing*,

Deve fortalecer a capacidade das localidades de se adaptarem ao mercado mutante, aproveitando oportunidades e mantendo sua vitalidade. Abrange, basicamente, a elaboração de uma mistura correta de atrações e serviços locais, fornecendo-os de uma maneira eficiente, acessível, incentivando os atuais e possíveis compradores e usuários a promover os valores e imagens locais, bem como suas vantagens diferenciais (KOTLER *et al.* 2006, p. 20).

Além de fortalecer a localidade, o turismo e o *city marketing* possibilitam atrair novos investidores para a localidade em distintos setores da região. No caso de Nova Veneza (GO), surgiram novos loteamentos residenciais (Ilustrações 48 e 49), proporcionando assim novas oportunidades de trabalho, desdobramento do comércio local, arrecadação de impostos e geração de renda.

Ilustração 48 – Panfleto de novo condomínio residencial em Nova Veneza (GO)



Fonte: KÖHLER (2017), acervo pessoal.

Ilustração 49 – Placa de acesso a outro condomínio em Nova Veneza (GO)



Fonte: KÖHLER (2017), acervo pessoal.

Vários jornais impressos de distintos anos ao decorrer de cada edição do festival, elogiam o evento e destacam a participação de pessoas importantes. No jornal “O Popular”, no dia 24 de março de 200 a jornalista Ciça Carvello divulga a segunda edição do festival, para o qual o cônsul italiano foi convidado pessoalmente. O jornalista Jarbas Rodrigues Jr. relata o apoio do governo goiano com ajuda financeira para a segunda edição do festival de comidas italianas de Nova Veneza. Para Karla Jaime em “O Popular” anuncia a terceira edição do Festival com uma nova atração, o Museu da Colonização veneziana, valorizando a cultura italiana do município. Já no “Diário da Manhã”, a reportagem de Leandro Coutinho da DM Revista, apresenta a terceira edição do festival como “Festa goiana com sabor italiano”. Em “Tribuna do Planalto”, caderno de cultura, Andrea Regis inicia a sua reportagem com “Pedaço da Itália” conta a história deste município, e na sequência, Patrícia Massan explana sobre o museu que será inaugurado na terceira edição do festival. No ano de 2006, o jornal “O Popular” em Circuito Goiano anuncia a “Festa em estilo italiano”, quarta edição do Festival. No ano de 2009, o “Jornal 5 de Novembro”, na segunda quinzena de agosto, enaltece o lançamento do quinto Festival Italiano com expectativa de receber mais de 80 mil turistas no período do evento. Para o ano de 2010, o “Jornal de Nerópolis” na sua edição de N° 17, Ano II, no período de circulação de 23 de abril a 23 de maio, divulga que “Nova Veneza realizará a maior festa do centro oeste goiano”, que seria a sexta edição do festival. Já no ano de 2016, em “Cerrado”, Wilder Moraes destaca o Festival Gastronômico de Nova Veneza, “Comida, música e toda a cultura italiana bem pertinho”, quando no Palácio das Esmeraldas é lançado o 12° Festival Italiano. E para o 13° Festival o “Jornal Daqui”, apresenta sua reportagem como: “Delícias da Itália de hoje a domingo em Nova Veneza”, falando da localização do evento, cardápio e a expectativa da cidade receber mais de 100 mil pessoas nos quatro dias de festa.

Em qualquer um dos casos acima citados, indiferente do ano ou do jornal que foi publicada a reportagem sobre o festival, é evidente o enaltecimento da cultura italiana e o destaque que se dá à realização do evento em terras goianas. Por outro lado, em 30 de outubro de 2011, em matéria no “Jornal Correio Brasiliense”, o jornalista Renato Alves fez uma crítica a cidade de Nova Veneza (GO) quando relata que não existem mais italianos ou filhos de italianos na cidade, que o idioma é algo trabalhado de forma superficial nas escolas e que os alunos têm preferência pelo idioma inglês ao italiano. O entendimento desta reportagem leva ao questionamento sobre os verdadeiros objetivos da criação do festival. Seria ele apenas um produto turístico, uma mercadoria para ser consumida, deixando de ser algo natural que se conserva dentro da comunidade a cultura ou traços da cultura italiana, ou seja, algo imposto pela gestão pública?

De acordo com Cruz (2001), a competitividade dos produtos turísticos e das cidades entre si para atrair investimentos e turistas requer um planejamento, condição do sucesso de planos e políticas setoriais. O governo federal incentiva os estados e municípios a desenvolver o turismo com os programas orçamentários do Ministério do Turismo (MTur), o que contribui para o planejamento estratégico das cidades ao desenvolverem o *city marketing*, conforme a portaria MTur nº 182/2016 que:

Determina que 90% recursos oriundos de programação orçamentária do MTur devem contemplar, obrigatoriamente, as regiões e turísticas e os municípios que fazem parte do Mapa do Turismo Brasileiro, estabelecido no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo.[...] Ou seja, o Ministério do Turismo prioriza as regiões turísticas e os municípios que adotam o turismo como estratégia de desenvolvimento. E orienta aos parlamentares a priorizarem as mesmas regiões e municípios. Isso possibilitará a melhoria na distribuição e otimização de recursos públicos e o atendimento do princípio da eficiência da administração pública, além de outros dispositivos legais vigentes e às observações e recomendações do Tribunal de Contas da União (TCU) e da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal (BRASIL, 2016/2017, p. 8-9).

Percebe-se então que o *city marketing* torna-se uma ferramenta que coopera para a valorização e promoção das cidades e das atividades turísticas neste município em questão. As políticas públicas setoriais se utilizam dessas ferramentas para atrair os turistas para consumo do produto turístico no seu local de origem, que nem sempre condiz com a imagem que se divulga na mídia ou que se constrói com o *city marketing*. A divulgação do Festival Italiano de Nova Veneza (GO) é encontrada com facilidade na mídia e nas redes sociais, enaltecendo a Itália em território brasileiro conforme apresentado anteriormente na Ilustração 46, p. 137.

Que Itália seria essa, para ser saboreada no coração do Brasil, quando muitas tradições que os imigrantes trouxeram em sua bagagem cultural já não são mais perceptíveis no cotidiano? Em Nova Veneza (GO) se constrói uma imagem de cidade italiana, a Veneza goiana, cidade dos canais e das gôndolas, projetada em paredes do portal de entrada desse município, bem como em uma pintura em alto relevo reproduzida na parede do centro cultural da cidade, e o Baile Carnaval de Venezia (Ilustração 50) que acontece no festival.

Ilustração 50 – Baile Carnaval de Veneza durante o 13º Festival Italiano



Fonte: KÖHLER (2017), acervo pessoal.

A administração pública atual planeja a construção de uma maquete da cidade de Veneza para atrair mais turistas à cidade em outras datas e não somente no período do Festival Italiano, bem como a construção de uma fonte luminosa na Praça João Stival que se encontra em fase final, como um novo atrativo na cidade (Ilustração 51).

De um evento efêmero, o que ficam são as imagens edificadas, pois a italianidade destes ítalo-brasileiros se restringe ao seu lar e pouco se visualiza no dia-a-dia da cidade. A festa representa uma forma de promover a cidade, de colocá-la em destaque, chamar a atenção para um evento com características do hibridismo cultural entre italianos e goianos, como estratégia de *city marketing*, para promover o lugar.

Ilustração 51 – Fonte luminosa na Praça João Stival em fase final de construção



Fonte: MARCO JUNIOR (2018), site da prefeitura de Nova Veneza (GO).

Na contemporaneidade é perceptível a crescente mutação da cultura e da cidade em mercadoria de consumo. Produtos que muitas vezes são cópias ou imitações de outros objetos comercializados em lugares distintos, que possuem a semelhança nos costumes ou hábitos culturais que são reproduzidos na tentativa de conquistar o consumidor. Assim, o *city marketing* transforma as características e pontos positivos do lugar em artigo de consumo. O Festival Italiano de Nova Veneza (GO) tem se destacado como atrativo turístico em terras cerratenses, envolvendo a comunidade local e atraindo turistas no período de sua realização. Um evento alusivo, que representa algumas características da cultura italiana, com adaptação goiana, ou seja, um produto que constrói uma imagem comercial, como o *slogan* “a Itália no coração do Brasil”, ou “a cidade mais italiana do estado de Goiás”. Mas, não menos importante a ressaltar é que na realização do evento há também outros objetivos, como por exemplo, o de atrair novos investidores na perspectiva de desenvolver econômica e socialmente esta localidade e a região. Portanto, a atividade turística que está se desenvolvendo na cidade de Nova Veneza (GO) apoia-se na ferramenta do *city marketing*, identificando novos potenciais com o intuito de criar ou gerar valor positivo e de fortalecer a atratividade e a competitividade do lugar com foco no mercado interno e até mesmo no externo.

Desse modo, a promoção deste evento não se restringe ao aspecto meramente cultural. Ao contrário, possui outras idiossincrasias ligadas às questões econômicas e políticas, visando, evidenciar o município como empreendedor sustentável. Esta é, portanto, uma nova expressão cultural no Cerrado, que enriquece as manifestações culturais brasileiras, além de fomentar o turismo por meio da criação de uma imagem para promoção de Nova Veneza (GO), como sendo “a cidade mais italiana do Cerrado”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nova Veneza (GO) tem sua gênese e expansão no modo capitalista de produção. Organizado pelo movimento imigratório que se iniciou na Itália na região do Vêneto no século XIX, os imigrantes italianos buscavam alternativas para sobreviver às constantes guerras, na tentativa de unificar o território italiano, bem como à expansão industrial e o consequente alto índice de desemprego. O Brasil, por sua vez, tinha terras a serem ocupadas e a necessidade crescente de mão de obra para as lavouras, pois a abolição da escravatura gerou uma preocupação aos fazendeiros que possuíam grandes propriedades de café em pleno cultivo: como conseguir mão de obra para manter suas plantações? Unindo as duas necessidades, em que uma colaborava com a outra, panfletos sobre as terras brasileiras foram lançados aos quatro cantos da Europa.

A divulgação despertou o interesse de muitas nacionalidades estrangeiras e principalmente dos italianos, que se lançaram em navios pelo oceano, numa trajetória que poderia demorar quase um mês até chegarem ao Brasil. Assim, no ano de 1896, o grupo familiar dos Stival e Fachin, composto de 32 pessoas entre adultos e crianças, chegou a tão sonhada terra da esperança de uma vida melhor. Trabalharam no interior de São Paulo com o cultivo de café, aprenderam a lida na lavoura desta monocultura, e mais tarde migraram para o estado de Minas Gerais. Com o passar dos anos e não satisfeitos com a baixa produtividade das terras, colocaram-se à procura de um novo lugar para migrar, chegando às terras no estado de Goiás no ano de 1912. Arraigaram-se, então, na região do mato grosso goiano, região que mais tarde ficou conhecida como Colônia dos Italianos, e somente em 1958 foi elevada à categoria de município, com o nome de Nova Veneza (GO), quando o sonho começava a se concretizar.

A pesquisa realizada sobre “A presença da cultura italiana no Cerrado: Festival de Nova Veneza (GO)”, demonstrou que o hibridismo cultural faz parte do processo imigratório independente da sua localização, num processo que gera novas práticas entre culturas e produção de novos objetos, artigos e artefatos entre os mesmos, de acordo com Burke (2003). O Festival Italiano iniciou-se em 2003, e tem se transformado e se modificado a cada realização do mesmo, com decorações diferenciadas, com pratos culinários tanto da cultura italiana como da goiana; com apresentações culturais que demonstram uma indumentária estilizada, a participação de grupo de dança de outra região do Brasil, representando a cultura italiana por meio das danças; e a presença da gestão pública, que com projetos para incrementar e fomentar a atividade turística tem atraído investimentos para a permanência do

evento e novos projetos para desenvolver a cidade.

A realidade cotidiana faz troca com a memória do passado e o presente em suas formas de ritos e símbolos, levando o sujeito à perda de valores culturais de origem e integrando novos valores do mundo globalizado, o que mostra que o hibridismo cultural está presente, independente da sua localização, num processo que gera novas práticas entre culturas, bem como a produção de novos objetos, artigos e artefatos entre os mesmos, como afirma Burke (2003).

O hibridismo cultural torna-se visível no Festival Italiano ao se evidenciar, por exemplo, a mistura das culinárias italiana e goiana com o prato fornecido pela Cantina da Nonna “Goiás é Bom Demais” (massa ao molho de pequi, açafrão e frango desfiado), que marca presença desde o primeiro festival em ano de 2003. Além desta evidência, há a presença de outros pratos típicos da culinária regional, que se fazem presentes no evento, bem como a Cachapa de milho (panqueca de milho), arroz carreteiro, a carne de porco em lata, entre outros.

O Festival Italiano de Goiás possui, alguns traços da cultura italiana, herança dos imigrantes italianos em terras cerratenses, essa manifestação cultural que surgiu com os descendentes desses imigrantes, numa cultura híbrida, resultante da aculturação ou troca cultural, que possui aspectos do *pastiche*, imitando ou copiando características da cultura das festas na Itália e no Brasil, bem como dos costumes e tradições da cultura ítalo-brasileira. Entretanto, essa expressão cultural fala mais do presente que do passado, evento contemporâneo e híbrido, que se constituiu em uma tradição inventada em que as diferentes gerações contribuem anualmente para sua afirmação cultural, mas que sofre constantes transformações. A invenção de uma tradição que contribui para o entendimento de que a sua criação não surgiu unicamente com o objetivo de conservar os laços com a cultura italiana, na perspectiva de não perder as origens (valores) de seus antepassados, que, em conjunto com outras culturas deram origem à cidade de Nova Veneza (GO), mas visando também o desenvolvimento econômico deste município com a atividade turística, utilizando-se largamente do poder do *city marketing*.

De forma análoga, para o contexto de Nova Veneza (GO), é perceptível que a repetição das tradições no Festival Italiano não seja somente uma opção ou um estilo de vida, mas um gerador de renda e promoção do turismo local. A cultura italiana pode ser uma peculiaridade em terras cerratenses, mas é algo comum nas regiões do sudeste e sul do país, conforme já mencionado, onde muitas festas típicas desta cultura valorizam as tradições de seus antepassados, mas que também visam à questão econômica do evento.

O festival de Nova Veneza (GO) pode também ser visto como uma tradição inventada, na qual a cultura italiana é o diferencial no município e na região, visando a construção de um produto para o consumo turístico. Um novo atrativo para a região, que se destaca entre tantas outras manifestações culturais de forma geral, e que representa um patrimônio para a comunidade veneziana, seus bens materiais e imateriais concebidos pela ação de criar, fazer e recordar as memórias de seus antepassados.

A culinária dita italiana, produto que alimenta os turistas durante o período do evento, não se reproduz na íntegra, do modo como os imigrantes preparavam suas receitas no cotidiano. O festival desenvolveu a receita do macarrão com pequi, evidenciando o hibridismo de ambas as culturas em terras cerratenses, agregando alimentos do Cerrado. Imitam alguns aspectos da culinária italiana original, mas o macarrão preparado para o festival não é do tipo artesanal preparado pelas “nonas ou mammas”; a massa é industrializada, comprada em grande quantidade para atender a demanda de turistas e visitantes, representando assim, o que se pode denominar de um *pastiche*.

Esse evento consolidou-se como um atrativo turístico, atraindo turistas de distintas regiões, com forte visibilidade na região centro-oeste. O conjunto de aspectos entre história, memória, festa e turismo solidificou esse evento como uma tradição que pode ser consumida na atualidade. As festividades têm atributos da história, ritos e símbolos, ao mesmo tempo em que se transforma em um atrativo turístico, característica importante para se desenvolver o turismo cultural, pois sem um produto turístico e sem infraestrutura, não há possibilidades de fomentar o turismo. Dessa forma, essa expressão cultural se estabelece como um produto turístico dentro do estado de Goiás, tendo seu atrativo relacionado à gastronomia, à dança, à música, ao artesanato e ao esporte da cultura italiana presentes no Cerrado, proporcionando o incremento para o desenvolvimento do turismo local e regional, pois a manifestação faz parte da região turística dos negócios e tradições do estado, fomentando renda e emprego para a comunidade local, antes e durante o período de sua realização.

A festa se apodera da comunidade, as pessoas se envolvem com sua organização, preparação e desenvolvimento, gerando uma relação do indivíduo com o espaço e com o visitante, reproduzindo simbolicamente o retorno às origens, reinterpretando o passado, fugindo às regras do cotidiano, ao mesmo tempo em que gera um sentimento de pertencimento à comunidade, mesmo que as pessoas não façam parte da história local.

As rupturas apontadas anteriormente demonstram uma tentativa de manter a cultura italiana em evidência durante o festival, renovando a nostalgia das origens, algo que não se percebe no cotidiano da cidade fora da realização do evento. Já a sua continuidade fortalece

os laços e os traços da cultura italiana que construiu a imagem da cidade como “a Itália no coração do Brasil”. A gastronomia do Festival Italiano se apresenta como uma função social, que contribui para socializar a comunidade local com os turistas, mantendo sua estrutura social e valor simbólico, um momento de confraternização da comunidade e visitantes.

A globalização, a tecnologia e o mercado capitalista e consumista colaboram para o desenvolvimento de estratégias de *marketing* em distintos setores de atuações das cidades, bem como nos diferentes segmentos de desenvolvimento econômico, social e cultural das mesmas. As cidades são lugares onde se manifestam as diversas formas de ofertas e demandas, organizadas em um espaço geográfico e físico de urbanização, produzindo diversas necessidades e interesses dos sujeitos que ocupam este ambiente. Com base nas referências sobre *city marketing*, matérias de jornais, panfletos e vídeos de divulgação sobre o Festival Italiano, buscou-se identificar as estratégias utilizadas para prover o lugar e o atrativo turístico em questão.

A gestão pública trabalha com as origens da fundação da cidade, evidenciando a criação do Festival Italiano pela família Stival, destacando as características do povo veneziano como a alegria, a união e a hospitalidade da comunidade com os visitantes e turistas, bem como a proximidade da capital, tudo isso entrelaçado as imagens de Veneza na Itália para promover Nova Veneza em Goiás. Aspectos peculiares da cidade que foram trabalhados com o objetivo de inserir o município no mercado turístico, gerando emprego e renda de forma temporária durante a realização do evento, concorrendo com manifestações tradicionais do Cerrado e incentivando o turismo cultural e gastronômico no estado. A iniciativa também atrai investimentos do governo estadual para o turismo local, bem como investidores para o município, como se apresentam os novos condomínios residências na cidade. A mídia espontânea é visada como uma estratégia do *city marketing* para divulgação da cidade em tempos de competitividade para atrair visitantes em seus espaços de consumo.

As reportagens impressas em jornais nos anos de 2009 sobre o Festival italiano evidenciam a apropriação deste evento pelo poder público, como realizador do evento, tendo a AMIZA como responsável pela operacionalização do Festival em parceria com o município. Chama a atenção o fato de que, mesmo com o surgimento do festival por iniciativa de descendentes de italianos da comunidade, com apoio de entidades governamentais, atualmente credita-se a criação do festival a uma determinada família de imigrantes italianos, e não ao um conjunto de pessoas. Esse fato foi evidenciado pela atual gestão administrativa municipal, principalmente por meio do discurso de abertura do evento no ano de 2017.

Ao frequentar o festival em 2017 para a realização de entrevistas com turistas e

visitantes para coletar informações sobre a opinião desses em relação ao evento, verificou-se que algumas pessoas da comunidade percebem o festival como uma imposição dos valores culturais. O Festival Italiano recebe apoio financeiro por questão de estar inserido no Circuito Gastronômico do estado de Goiás, que fomenta o desenvolvimento do turismo local e regional. Entretanto, a festa de Nossa Senhora do Carmo (padroeira da cidade), não tem a mesma visibilidade turística para o município, não podendo ser comparada a outras festas religiosas do estado que possuem destaque como, por exemplo, a festa de Trindade do Divino Pai Eterno. Essa diferenciação é percebida até mesmo na estrutura das festas dentro da cidade, se comparada a festa religiosa da padroeira da cidade Nossa Senhora do Carmo e o Festival Italiano. Sendo que a distinção dos eventos pode ser observada em vários fatores: a quantidade de dias, já que o Festival tem duração de quatro dias e a festa religiosa durante dez dias; a festa da padroeira da cidade já existe há 70 anos, enquanto o Festival Italiano existe somente há 13 anos; e o público participante também é diferente. O Festival Italiano é um evento para ricos, com visitantes de fora da comunidade e possui apoio governamental, sendo que as pessoas que atuam na realização do evento recebem auxílio financeiro. Já a festa da padroeira é dos pobres, realizada pela igreja com a participação da comunidade, todos voluntários, sendo que o apoio financeiro que recebem não se compara ao do festival, como se as festas determinassem a classe social do participante e seu poder aquisitivo. Também relatamos anteriormente que os moradores locais, após a migração dos italianos para Goiás, queixavam-se dos mesmos, dizendo que estavam comprando suas terras e expulsando os goianos. Mesmo assim, a integração entre essas culturas diferentes e estilos de vida não deixou de acontecer.

Contudo, a festa é efêmera, mas deixa sementes para uma nova edição no próximo ano, tendo se mantido como uma atividade turística anual, atraindo cada vez mais turistas e visitantes. As rupturas que aconteceram ao longo das suas 13 edições não afastaram o público que se acostumou com o evento, e mesmo não mantendo uma data fixa para a realização do mesmo, tem atraído novos simpatizantes, que retornam a cada nova edição para o consumo da gastronomia e da programação cultural, vivenciando assim uma experiência que não faz parte do cotidiano. Portanto, o festival pode ser visto como um produto criado ou inventado com base na história de fundação de Nova Veneza (GO), utilizado para promoção da cidade e para consumo dos turistas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, J. ; SOUZA, A. G. R. Qualquer festa é festa? In: PESAVENTO, S. A. **Sensibilidades e sociabilidades: perspectivas de pesquisas**. Goiânia: UCG, 2008. p. 29-38.
- ALVES, Renato. Um pedaço da Itália em Goiás a apenas 200 quilômetros de Brasília. **Correio Brasiliense**. Brasília, 30 out. 2011. Cidades, p. 1. Disponível em: <http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/cidades/2011/10/30/interna_cidadesdf,276255/um-pedaco-da-italia-em-goias-a-apenas-200-quilometros-de-brasilia.shtml>. Acesso em: 15 dez. 2017.
- AMARAL, R. **Festa à brasileira: significados do festejar, no país que “não é sério”**. Tese (Doutorado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.
- AMARAL, R. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, 1998. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/9314/8008>>. Acesso em: 13 maio 2017.
- ANDRADE, R. O. B. D.; MORETTO NETO, L. A gestão privada do turismo. In: TRIGO, L. G. G. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001. p. 135-150.
- ANNÁPOLIS, C. Lei de colonização. **Correio de Anápolis**, Anápolis, n. 1, 10 mar. 1929. n.1. Museu Histórico de Anápolis, 2017.
- ARANTES, Suely. Macarrão. **Diário da Manhã**. Goiânia, 12 de novembro de 2003.
- ARANTES, Suely. À Itália. **Diário da Manhã**. Goiânia, 04 de maio de 2004, p. 4.
- ARAÚJO, S. M. P. D.; CARDOSO, A. M. D. L. Italianos no Brasil ou a pátria recriada. In: DE BONI, L. A. **Presença italiana no Brasil**. Porto Alegre: EST, 1987. p. 333-344.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 6. ed. Campinas: Papyrus, 1995. (Coleção Turismo).
- BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papyrus, 2000. (Coleção Turismo).
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 1998.
- BERTAZZO, G. **De Veneza a Nova Veneza: imigração italiana em Goiás, 1912**. Goiânia: UFG, 1992.
- BERTONHA, J. F. **Os italianos**. São Paulo: Contexto, 2005.
- BORMON, H. Hotel Bormon, 2014. Disponível em: <<http://www.hotelbormon.com.br/nova->

veneza#cultura>. Acesso em: 25 ago. 2017.

BRANDÃO, C. R. **A cultura na rua**. Campinas. Papirus, 1989.

BRANDÃO, C. R. **Prece e folia, festa e romaria**. Aparecida/ SP. Ideias & Letras, 2009.

BRASIL, A. A. D. **Súmula de história de Goiás**. 3. ed. Goiânia: Unigraf, 1982. Rev. e notas de Humberto Crispim Borges.

BRASIL, C. F. Presidência da República Casa Civil. **Planalto.gov.br**, Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 11 maio 2017.

BRASIL, M. T. **Turismo cultural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, M. T. **Cartilha parlamentar ministério do turismo**. Brasília: Governo Federal do Brasil, 2016/2017.

BRITO, Maria Helena de Oliveira. **A Colônia Alemã de Uvá** – uma tentativa oficial de colonização em Goiás (1924 – 1954). Dissertação de Mestrado do Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 1981.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BURKE, P. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

CALIMAN, N. F. Tradição italiana e modernidade: a organização da festa da polenta em Venda Nova do Imigrante. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. v. 1, n. 2, p. 116-137, maio/ago. 2012. ISSN 2317-2428.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo. Brasiliense, 1983.

CARDOSO, C. F. S. O trabalho na colônia. In: LINHARES, M. Y. **História Geral do Brasil**. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1990. p. 95-110.

CARDOSO, J. B. **Itinerário araraquara**, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/itinerarios/article/view/1127>>. Acesso em: 6 fev. 2017.

CASTELLI, G. **Turismo: atividade marcante do século XX**. 2. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1990.

CARVELLO, Ciça. Tarantela. **Jornal O Popular**. Goiânia, 13 de novembro de 2003.

CARVELLO, Ciça. Fusion. **Jornal O Popular**. Goiânia, 18 de novembro de 2003, p. 2.

CARVELLO, Ciça. Massa. **Jornal O Popular**. Goiânia, 24 de março de 2004, p. 2.

CARVELLO, Ciça. Macarrão. **Jornal O Popular**. Goiânia, 25 de maio de 2004, p. 2.

CERRADO. Por Wilder Moraes. Comida, música e toda a cultura italiana bem pertinho. 1º de junho de 2016, p. 3.

CHAUL, N. N. F. **Caminhos de Goiás**: da construção da decadência aos limites da modernidade. Goiânia: Editora UFG, 2010.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Trad. Luciano Vieira Machado. 3. ed. São Paulo: UNESP, 2001.

COMPANS, R. **Empreendedorismo urbano**: entre o discurso e a prática. São Paulo: UNESP, 2005.

CORDOVA, M. J. W. Globalização e identidade cultural: um contraponto à produção do não-lugar. **Olhar de professor**, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 145-153, 2001.

COSTA, F. R. **Turismo e patrimônio cultural**: interpretação e qualificação. São Paulo: SENAC, 2009.

COSTA, J. D. R. C.; COSTA, E.I.; COSTA, N. **Nossas origens**: as imigrações italianas no Brasil. Curitiba: Gráfica Radial, 2014.

COUTINHO, L. Terceira edição do Festival de Nova Veneza tem lançamento no Palácio das Esmeraldas. **Diário da Manhã**. DM. revista, gastronomia. Goiânia, 6 março de 2005.

CRUZ, R. D. C. **Política de turismo e território**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001. (Coleção Turismo).

CRUZ, R. D. C. A. D. **Geografias do Turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

D'ABADIA, Maria Idelma Vieira. **Diversidade e identidade religiosa**: uma leitura espacial dos padroeiros e seus festejos em Múquem, Abadiânia e Trindade-GO. Universidade Federal de Goiás. Programa de Pesquisa e Pós –Graduação em Geografia IESA/ UFG. 2010. Disponível em < <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tde/2737> > acesso em ago. 2017.

DAQUI, Jornal. Delícias da Itália de hoje a domingo em Nova Veneza. **Jornal Daqui**. Ano 10 N° 3018, 1º de junho de 2017, p.8.

DELGADO, L. A. N.; FERREIRA, M. M. História do tempo presente e ensino de história. **Revista História Hoje**. V.2, n°4, 2013, p.19-34.

FERNANDES, K. D. S. L. **A imigração e a colonização alemã no interior do estado de Goiás**: a construção de Colônia de Uvá. Brasília: [s.n.], 2014. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/10458>>. Acesso em: 11 set. 2017.

FERREIRA, A. B. D. H. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo, 2004.

FERREIRA, Maria Nazareth. **As festas populares na expansão do turismo: a experiência italiana**. São Paulo. Arte & Ciência, 2005.

FRANÇA, M. D. S. A formação histórica da cidade de Anápolis e sua área de influência regional. **Anais do VII Simpósio Nacional de Professores Universitários de História**, 1973. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S07.36.pdf>>. Acesso em: 4 set. 2017.

FRANÇA, M. D. S. **Povoamento do sul de Goiás: 1872-1900 - Estudo da dinâmica da ocupação espacial**. Dissertação (Mestrado em História). Goiânia, 1975. Disponível em: <https://pos.historia.ufg.br/up/113/o/maria_sousa_franca_PARTE1.pdf>. Acesso em: 7 set. 2017.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. Brasília: Thesaurus, 1995.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. T. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: NETTO, A. P.; ANSARAH, M. G. D. R. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. p. 179-194.

GARCIA, T. Culinária: Festival gastronômico de Nova Veneza apresenta novidades como penne ao molho de pequi. **Diário da Manhã**. Goiânia, 6 de novembro de 2003.

GEOCITIES - Fonte: João Antônio Rodriguês. Atlas para Estudos Sociais. Rio de Janeiro, Ao Livro Técnico, 1977. Extraído do livro: PEREIRA, Diamantino, SANTOS, Douglas, CARVALHO, Marcos de - Geografia - Ciência do Espaço - O Espaço Brasileiro - 2º Grau - Atual, São Paulo, 1997.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Trad. Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GOIÁS, D. M. Cidades: Nova Veneza poderá se tornar co-irmã da Veneza italiana. **E mais Goiás com você e ponto**, 17 maio 2017. Disponível em: <<http://www.emaisgoias.com.br/nova-veneza-podera-se-tornar-co-irma-da-veneza-italiana/>>. Acesso em: 05 jul. 2017.

GOIÁS, D. O. D. E. D. Diário Oficial do Estado de Goiás. **Diário Oficial do Estado de Goiás**, 2016. Disponível em: <<http://www.abc.go.gov.br/arquivos/diariooficial/2016/05/05/001.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2017.

GOIÁS, T.. Goiás Turismo. **Agência Estadual de Turismo**. Disponível em: <<http://www.goiasturismo.go.gov.br/goias-turismo/mapa-turistico-de-goias/>>. Acesso em: 1 ago. 2017.

GONÇALVES, I. M. **Histórico de Nova Veneza**. Nova Veneza: Prefeitura Municipal de Nova Veneza, 1992. (Fascículo datilografado).

GOOGLE mapas. **Google mapas**, 2017. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/@-16.371671,-49.3185372,16z>>. Acesso em: 30 set. 2017.

GROSSELLI, **Vencer ou morrer camponeses**. Trentinos (vênetos e lombardos) nas florestas brasileiras. Santa Catarina, 1875-1900. Florianópolis: UFSC, 1987.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103 a 133.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: PD&A, 2005.

HOBBSAWM, E.; RANGER, T. **A invenção das tradições**. Trad. Celina Cardim Cavalcanti. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HONORATO, G. **Conhecendo o marketing**. Barueri, SP: Manole, 2004.

HUTTER, L. M. A imigração italiana no Brasil (Séculos XIX e XX): dados para a compreensão desse processo. In: DE BONI, L. A. **Presença italiana no Brasil**. Porto Alegre: EST-Fundazione Giovanni Agnelli, v. I, 1987. p. 74-101.

IANNI, C. **Homens sem paz: os conflitos e os bastidores da imigração italiana**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1963.

IBGE, Centro de Documentação e Disseminação de Informações. **Brasil: 500 anos de povoamento**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese do município, 2013**. Disponível em: <<http://ibge.gov.br/cidadesat/painel/historico.php?codmun=521500&search=goias%7Cnova-veneza%7Cinphographics:-history&lang=>>>. Acesso em: 24 set. 2015.

_____. **Brasil: 500 anos de povoamento**. Rio de Janeiro, 2000. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**, 2017. Disponível em: <<https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/italianos/regioes-de-origem.html>>. Acesso em: 14 set. 2017.

_____. **Brasil: 500 anos de povoamento**. Rio de Janeiro, 2000. Mapa Regiões de origem dos imigrantes italianos. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**, 2017. – Disponível em <<https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/italianos/regioes-de-origem.html>> Acesso em: 14 set. 2017.

_____. **Mapa político-administrativo: Goiás**. Brasília, 2015. Disponível em <<http://mapas.ibge.gov.br/politico-administrativo/estaduais>>. Acesso em: 27 fev. 2017.

_____. **Mapa cidades/municípios, Nova Veneza–GO** – Disponível em

<<http://www.cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/municipio/5215009>>. Acesso em 27 fev. 2017.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 3. reimpr. 1. ed. 1998. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

JAIME, Karla. Origens. **Jornal O Popular**. Goiânia, 3 de janeiro de 2005, p. 2.

JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. In: JAMESON, F. **A virada cultural: reflexões sobre a pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Civilizações Brasileiras, 2006. p. 15-44.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2002.

JUNIOR, Marco. Fonte luminosa fase final. **Prefeitura de Nova Veneza (GO)**, Notícias. Disponível em < <http://www.novaveneza.go.gov.br/page/noticias.php?cod=266>> acesso em 31 de jan. de 2018.

KERN, D. O conceito de hibridismo ontem e hoje: ruptura e contato. **Mêtis: história e cultura - Revista de história da Universidade de Caxias do sul**, Caxias do Sul , v. 3, n. 6, p. 53-70, jul./dez. 2004.

KOHLER, D. T. **Acervo Fotográfico realizado no Festival Italiano de 2016**. Imagem – Diversas do Festival Italiano 2016.

KOHLER, D. T. **Acervo Fotográfico realizado no Festival Italiano de 2017**. Imagem – Panfleto do Festival Italiano 2017.

KOHLER, D. T. **Acervo Fotográfico realizado no Festival Italiano de 2017**. Imagem – Imagem do Grupo de Dança de Nova Veneza (SC). Preparação para o Baile de Máscaras no Festival Italiano de 2017.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. 14. ed. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, P. et al. **Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

LANCELLOTTI, S. Macarrão: como surgiram as massas populares. **Super Interessante**, São Paulo, 31 out. 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/macarrao-como-surgiram-as-massas-populares/#>>. Acesso em: 19 set. 2017.

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Unicamp, 1990.

LE MOS, C. A. C. **O que é patrimônio histórico**. São Paulo: Brasiliense, 1981. (Coleção Primeiros Passos – 51).

LODY, R. **Brasil bom de boca temas de antropologia da alimentação**. S. Paulo: Editora Senac, 2008.

LORENZONI, F. L. E. **Família Lorenzon e Lorenzoni**, 2011. Disponível em: <<http://www.familialorenzoni.org/index.shtml>>. Acesso em: 13 set. 2017.

LUVIZOTTO, C. K. A (re)invenção da tradição no contexto da modernidade tardia. **Scielo books**, 2010. ISSN ISBN 978-85-7983-088-4. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/cq8kr/pdf/luvizotto-9788579830884-06.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

MAGALINSKI, J. **Deslocados de guerra em Goiás**. Imigrantes poloneses em Itaberaí. Goiânia: UFG, 1980. (Coleção Documentos Goianos n.8).

MAGALINSKI, J.; MAGALINSKI, J. M. Goiás e a imigração. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, 3, n. 1-2, jan./dez., p. 57-82. 1983.

MAGALINSKI, J.M. **Imigração para Goiás – (1920 – 1952) política e prática**. Dissertação de mestrado, Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 1987.

MARTINS, A. L. **Império do café: a grande lavoura no Brasil, 1850 a 1890**. São Paulo: Atual, 1990. (História em documentos).

MASAN. P. Museu. **Tribuna do Planalto**. Ano XVIII – N 959 – Goiânia, 24 a 30 de abril de 2005.

MEIHY, J. C. S. B. **Manual de história oral**. 2^a edição. São Paulo, Edições Loyola, 1998.

MINCIOTTI, S. A.; SILVA, E. C. Marketing de localidades: uma abordagem ampliada sobre o desenvolvimento da cidade ou região. **Turismo: Visão e Ação**, v. 13, n. 3, art. 4, p. 329-346, 2011. Disponível em < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/2126/marketing-de-localidades--uma-abordagem-ampliada-sobre-o-desenvolvimento-da-cidade-ou-regiao> > Acesso em 24 nov. 2017.

MIRANDA, L. **Negócios & festas – cerimonial e etiqueta em eventos**. Belo Horizonte. Autêntica, 2001.

MOTA, F. A. C.; ANBG, A. N.-B. D. G. **Meia volta ao mundo - imigração japonesa em Goiás**. 1. ed. Goiás: Bandeirantes, 2008.

NERÓPOLIS, Jornal. Nova Veneza realiza a maior festa do centro oeste goiano. **Jornal de Nerópolis**. Ano II N° 17, 23 de abril a 23 de maio de 2010.

NERÓPOLIS, Jornal. Ex-prefeito de Nova Veneza Oswaldo Stival e o criador da festa gastronômica e cultural. **Jornal de Nerópolis**. Ano II. Nerópolis, @6 de maio à 26 de junho de 2010.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, São Paulo, v. 10, p. 1-22, dez. 1993. ISSN 2176-2767.

NOTÍCIAS, Agência SEBRAE de. Nova Veneza, em Goiás, realiza II Festival Gastronômico e cultural. **Agência SEBRAE de Notícias**, Tradição e Costumes. 6 de maio de 2004.

NOVEMBRO, Jornal 5 de. Lançamento do 5º Festival italiano de gastronomia e cultura. **Jornal 5 de Novembro**. Goiânia. 2ª quinzena de agosto de 2009, p. 9.

O POPULAR. Colheita comunitária e festa em estilo italiano. **Jornal O Popular**. Circuito Goiano. Goiânia, 2006.

O POPULAR. Redação. Nova Veneza receberá R\$ 1 milhão para implementação do setor turístico, anuncia Marconi. **Jornal O Popular**. Disponível em <https://www.opopular.com.br/editorias/magazine/nova-veneza-receber%C3%A1-1-r-1-milh%C3%A3o-para-implementa%C3%A7%C3%A3o-do-setor-tur%C3%ADstico-anuncia-marconi-1.1280135> > acesso em 01 de dezembro de 2017.

OCKE, M.A.M; IKEDA, A. A. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.49, n.4, p.671-683, out./nov./dez. 2014. Disponível em < <http://www.rausp.usp.br/pt/marketing-lugar-estado-da-arte/articulo/S0080210716303727/> > acesso em 20 nov. 2017.

OMT. Tourism Glossary. **World tourism organization**, 2014. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/en>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

PAKMAN, E. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. **Anptur**, 2014. Disponível em: <http://www.anptur.org.br/novo_portal/anais_anptur/anais_2014/arquivos/DFP/DFP1/034.pdf>. Acesso em: 23 maio 2017.

PALACIN, L. **O século do ouro em Goiás: 1722-1822**, estrutura e conjuntura numa capitania de Minas. 4. ed. Goiânia. UCG, 1994.

PETRONE, M. T. S. **O imigrante e a pequena propriedade (1824-1930)**. [S.l.]: Brasiliense, 1982. (Tudo é história).

PINTO, A. P. S. **Produtos turísticos: instrumentos de desenvolvimento local - caso de estudo - Sardoal**. [S.l.]: [s.n.], 2013. Dissertação (Mestrado) - Instituto Politécnico Tomar, 2013.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

RESENDE, L. Imigrantes em Goiás: os vários idiomas do comércio. **Jornal O Popular**, Goiânia, 18 nov. 2012. 14-15.

REZENDE, A. Italianíssima. **Jornal O Popular**. Goiânia, 19 de outubro de 2003.

REZENDE, A. É massa. **Jornal O Popular**. Goiânia, 18 de abril de 2004.

RODRIGUES JR, Jarbas. Nova Veneza. **Jornal O Popular**. Goiânia, 22 de abril de 2004.

SÁNCHEZ, F. G. A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista Sociologia e Política**, Curitiba, n. 16, p. 31-49, jun. 2001.

SÁNCHEZ, F. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003.

SANTO, M. **A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 4ed. 2 reimpressão. 2006.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e turismo**. Trad. Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

SEYFERTH, G. **Imigração e cultura no Brasil**. Brasília: Editora UnB, 1990.

SILVA, E. P. D. Patrimônio e identidade. Os desafios do turismo cultural. **Revista Antropológica**, Porto, Portugal, n. 4, p. 218-224, 2000. ISSN 0873819x.

SILVA, F. C. T. D. Conquista e colonização da América Portuguesa. O Brasil colônia - 1500/1750. In: LINHARES, M. Y. **História geral do Brasil**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1990, p. 33-94.

SOUSA, L. L. D. O processo de hibridação cultural prós e contras. In: **Site Universitário - Revista Temática**, mar. 2013. ISSN 18078931. Disponível em: <www.insite.pro.br>. Acesso em: 5 maio 2015.

SOUZA, A. M.; CORRÊA, M. V. M. **Turismo – conceitos, definições e siglas**. 2.^a ed.rev. Manaus: Editora Valer, 2000.

STIVAL, E.; STIVAL, P.; FACHIN, J. **Da Itália para o Brasil: a história dos fundadores, a fundação de Nova Veneza**. Goiânia: Kelps, 2011.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Trad. Grupo de Estudos sobre Ideologia. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. (Tradução de comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUC-RS).

VARGAS, L. G. C. As representações sociais do progresso. Uma perspectiva a partir da chegada da estrada de ferro em Anápolis, GO. **Biblioteca digital de teses e dissertações - UFG**, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/tede/simple-search?query=imigrantes+em+Goias+>>>. Acesso em: 06 set. 2017.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos** – planejamento e operacionalização. São Paulo. Editora Atlas, 2003.

OUTROS TIPOS DE DOCUMENTOS

ARQUIVO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em > <http://www.arquivoestado.sp.gov.br/imigracao/estatisticas.php> > 20 fev. de 2017. Imigração subsidiada.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Acervo Fotográfico. Nova Veneza, Goiás. Acesso em maio e junho de 2017.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Ata da reunião realizada no dia 15 de setembro de 2003. Nova Veneza, Goiás. p. 1-2.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Ata da reunião realizada no dia 22 de setembro de 2003. Nova Veneza, Goiás. p. 3-4.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Ata da reunião realizada no dia 29 de setembro de 2003. Nova Veneza, Goiás. p. 5-6.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Ata da reunião realizada no dia 06 de outubro de 2003. Nova Veneza, Goiás. p. 6-7.

AMIZA - Associação dos Amigos de Nova Veneza. Material impresso e reportagens de jornais. Nova Veneza, Goiás. Acesso em maio e junho de 2017.

Câmara Municipal de Nova Veneza Estado de Goiás. Livro de Instalação e Posse de Vereadores e Prefeitos. Livro 2, p. 40-41/ 44 a 48.

Museu José Peixoto Neto, Nova Veneza (GO), 2016. Imagens de documentos dos imigrantes e Brasões das Famílias de imigrantes.

Museu de História de Anápolis, (2017). Jornal Correio de ANNÁPOLIS, (1929).

ANEXOS

ANEXO I - LISTA DE ENTREVISTADOS

Entrevistado I. Entrevista concedida a Dilceli Trevizan Köhler. Nova Veneza, 08 de abril de 2017. [A entrevista será arquivada no Laboratório LAPHICER, não sendo anexada a esta dissertação por questões de volume de dados coletados].

Entrevistado V. Entrevista concedida a Dilceli Trevizan Köhler. Nova Veneza, 13 de maio de 2017. [A entrevista será arquivada no Laboratório LAPHICER, não sendo anexada a esta dissertação por questões de volume de dados coletados].

Entrevistas concedidas a Dilceli Trevizan Köhler. Nova Veneza, durante o período do 13º Festival Italiano de 01 a 04 de junho de 2017, por turistas e visitantes presentes no evento.

Os entrevistados são do sexo masculino e feminino, com idade de 20 a 100 anos, que foram selecionados aleatoriamente para participar da entrevista.

**Entrevistado II/ Entrevistado III/ Entrevistado IV/ Entrevistado VII/ Entrevistado VIII/
Entrevistado IX/ Entrevistado X/ Entrevistado XI/ Entrevistado XII/ Entrevistado XIII/
Entrevistado XIV/ Entrevistado XV/ Entrevistado XVI/ Entrevistado XVII.**

[As entrevistas serão arquivadas no Laboratório LAPHICER, não sendo anexada a esta dissertação por questões de volume de dados coletados].

ANEXO II – RECEITA DO MACARRÃO AO MOLHO DE PEQUI

AMIZA - ASSOCIAÇÃO AMIGOS DE NOVA VENEZA

Ave. Teotônio Alves da Silva, s/n - Setor DIM-DIM

Fone (062) 356 - 1123 - CEP 75.470-0090

Nova Veneza - Estado de Goiás

1º. FESTIVAL GASTRONÔMICO E CULTURAL DE NOVA VENEZA

PRATO: GOIÁS É BOM DEMAIS

(MACARRÃO AO MOLHO DE PEQUI E AÇAFRÃO)

RECEITA:

500 gramas de macarrão penne;
500 gramas de peito de frango desfiado;
200 gramas de requeijão cremoso;
150 gramas de pequi despulpado e cozido;
02 colheres de sopa de Azeite de Oliva;
02 colheres de sopa de Amido de Milho;
01 dente de alho amassado;
01 cebola média ralada;
02 tabletes de caldo de galinha;
01 colher de chá de açafrão moído;
02 copos americano de água (Desmanchar o caldo); e,
cebolinha de folha, salsa e pimenta do reino à gosto.

PREPARO:

- Cozinhe o macarrão "al dente", escorra e reserve;
- Em uma panela coloque o azeite, afogue a cebola, o alho e o açafrão - deixe refogar bem;
- Acrescente a polpa de pequi e o o peito de frango;
- Junte o caldo dissolvido na água, o amido de milho e deixe cozinhar por dois (2) minutos;
- Acrescente o requeijão, mexa e desligue o fogo;
- Coloque a salsa, cebolinha e a pimenta do reino;
- Pronto o molho coloque o macarrão em um pirex e cubra-o com o molho.
- Sirva-o quente! ...

"Bom apetite! ..."

Idealizadoras e criadoras: Vânia Maria Alves Ferreira, Flordinice Stival,
Maria das Graças Oliveira Peixoto e Valdecina
Piveta Constantino.

ANEXO III – UM PEDAÇO DA ITÁLIA NO INTERIOR DE GOIÁS – MÍDIA DIVULGANDO O FESTIVAL

8 Goiânia, quinta-feira, 28 de julho de 2005

especial

Diário da Manhã

TURISMO

Com criatividade e ação, Nova Veneza aproveita raízes e mostra um pedaço da Itália no interior de Goiás

Atração saborosa

Nova Veneza viveu dias de Itália entre seis e oito do mês de maio, quando a Associação dos Amigos da Nova Veneza (Amiza) promoveu em parceria com o governo da cidade de Nova Veneza o III Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza, com o apoio do governo do Estado, através da Agência Goiana de Turismo (Agetur), Sebrae-GO, sistema Fieg, empresas da capital e comércio local.

A festa típica italiana incentiva e promove o resgate da identidade histórica e cultural de Nova Veneza, através de uma sequência de fatos que revivem as tradições dos colonizadores imigrantes italianos. O festival é uma das ações do projeto que visa promover o desenvolvimento sustentável no município.

O Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza surgiu pela vontade dos cidadãos venezianos de resgatar e festejar a história dos seus antepassados italianos. A partir da reunião realizada no 15 de setembro de 2003, no Centro Cultural Pedro Peixoto, bastaram apenas dois meses para que o sonho antigo se tornasse realidade.

No dia 14 de novembro, data de comemoração do aniversário da cidade, foi realizado o I Festival Gastronômico e Cultural. A garra e a união herdadas pelos antepassados italianos mostraram que o povo trabalhador de Nova Veneza é capaz de realizar uma grandiosa e bela festa.

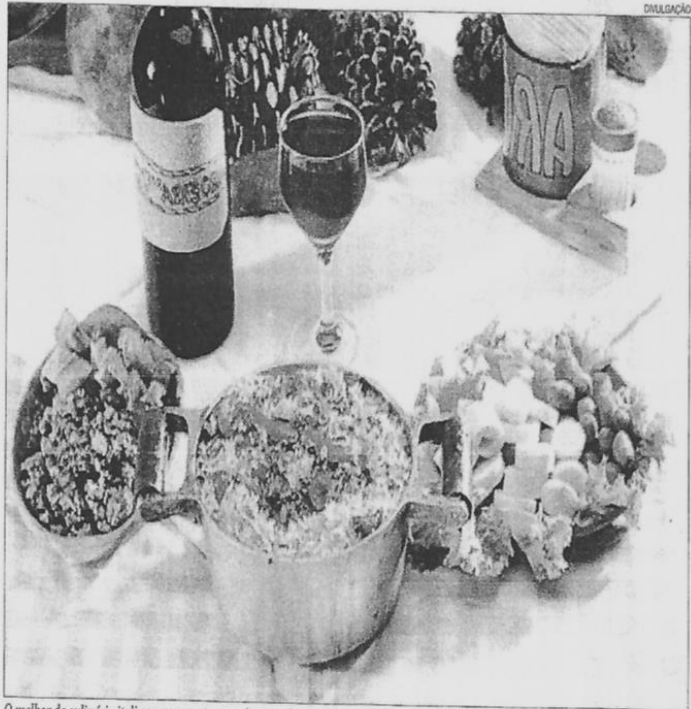
Em menos de um ano, nos dias 21 a 23 de maio de 2004, o segundo Festival foi realizado. Cada vez maior, recebeu cerca de 10 mil pessoas vindas de várias cidades. A festa, que é um orgulho para a cidade, encanta a todos pela originalidade, dedicação e alegria do seu povo.

O festival acontece na Praça João Sível, no centro da cidade, onde é montada a "Cantina da Nona", decorada em estilo italiano mesclado com o brasileiro. Nela, cozinheiras, garçons e garçonetes, seguindo a tradição do evento, serviram pratos da culinária italiana, vestidos em trajes típicos. O espaço com mais de três mil metros quadrados de montagem contínua é a maior cantina de que se teve notícia em festas do gênero.

No cardápio, vários tipos de massas e molhos, pizzas, carnes, polenta, queijos, salames e pães, assim como crostes e tortéis, biscoitos típicos italianos.

Destaque para o penne ao molho de pequi, açafrão e frango, apelidado de "Goiás é bom demais", uma receita de sucesso desde a primeira edição, que reflete o espírito da festa e a união de duas culturas. Ao macarrão, um tradicional elemento da cozinha italiana, foi agregado produtos goianos.

As atrações culturais aconteceram no palco montado no centro da cantina. A comunidade rural local participou de uma cavalgada especial com rituais e costumes italianos.



O melhor da culinária italiana, com um toque goiano, onde não faltou nem mesmo o pequi da terra; sabores mesclados numa mistura rica

HISTÓRIA COMEÇOU EM 1912

A história dos colonizadores italianos no município é contada com a utilização de documentos, fotos e objetos expostos no Museu da Colonização de Nova Veneza, integrado à cantina e à disposição dos visitantes. O museu

postos e comercializados. O apoio do Sebrae ao projeto tem garantido resultados positivos no sentido de gerar emprego e renda à comunidade. A partir do festival, novos empreendedores surgiram no município.

tradicional italiano como Bocha e Cipó (cartas) movimentaram as manhãs do sábado e domingo dos venezianos e visitantes. Assim como na gastronomia, na dança e na música, o esporte também uniu as duas cul-

gão reflete a história de um povo que, há mais de um século, fugiu de guerras e sonhou com uma vida melhor.

Hoje a comunidade veneziana conta com cerca de 10 mil habitantes há 30 quilômetros





A mistura dos sabores é o forte do festival que reúne pratos únicos



Comida saborosa e farta atrai a cada ano mais pessoas até Nova Veneza



Corais com músicas típicas são uma outra atração à parte do festival

que funcionava apenas por ocasião do evento, agora ganha endereço fixo e é permanente.

A valorização dos artesãos da cidade foi apoiada pelo Sebrae-GO. No espaço "Mercado Sebrae - Goiás é bom demais", o artesanato, trabalhos manuais, obras de arte, produtos típicos italianos, suvenir, e outros foram ex-

O apoio empresarial também veio da Fieg, com a disponibilização da Unidade de Panificação Móvel, que funcionou durante todo o evento, de onde saíram os pães quentes a toda hora.

Dentro das confraternizações que o festival proporcionou, também esteve presente uma programação esportiva. Esportes

de Goiania, voley e o futebol também entraram na disputa no clube social da cidade.

Nova Veneza é a cidade mais italiana do Estado de Goiás. Em 1912, chegaram as primeiras famílias de imigrantes italianos, depois de passarem por São Paulo e Minas Gerais.

O pioneirismo delas na re-

de Goiania, carrega a fé e a alegria herdadas pelos seus antepassados. Em Nova Veneza, "tudo começa com reza e termina com festa."

O Festival Gastronômico e Cultural de Nova Veneza vem crescendo a cada realização e mostra que é possível diversificar as atividades no interior.



Museu da Colonização, em Nova Veneza: sede definitiva no antigo casarão da família de José Peixoto

Museu conta a história com fotos e objetos

Nova Veneza inaugurou durante o III Festival Gastronômico e Cultural o Museu da Colonização de Nova Veneza. A vontade de resgatar e montar um acervo que conta a história dos colonizadores italianos no município surgiu junto com a de realizar o festival. Desde a primeira edição, o museu funcionava apenas por ocasião do evento, de forma itinerante, com objetos doados e emprestados a partir da colaboração e ajuda do povo veneziano.

A iniciativa da Amiza foi o primeiro passo para um projeto mais ousado. Agora, a história da cidade será contada através de documentos, fotos e objetos expostos no Museu da Colonização de Nova Veneza, em endereço definitivo, num casarão de frente a Igreja Matriz, de propriedade da família do senhor José Peixoto Neto, um descendente dos pioneiros italianos e antigo proprietário.

O casarão da família Peixoto é um monumento do patrimônio histórico do município. Construído por volta de 1934 em estilo arquitetônico de Arte Décor, hoje com 71 anos, continua com a mesma estrutura de fundação.

O casarão está em restauração e terá suas instalações adaptadas para receber o museu histórico definitivo da cidade.

IMIGRAÇÃO DO CAFÉ

A história da cidade se confunde com a história da imigração italiana. Há mais de um século as primeiras famílias italianas chegaram na região em busca de terras para plantar café. As famílias Stival e Fachine, hoje conhecidos por Faquin, entre outras por volta de 1895, chegaram no Brasil no porto de Santos.

Com o passar dos anos, em 1912, a procura de um lugar onde as terras fossem produtivas, depois de passarem por São Paulo e Minas Gerais, chegaram em Goiás. A primeira comitiva tinha cerca de 40 pessoas.

Naquela época existiam grandes fazendas na região. Conta-se que um grande pedaço de terra valia apenas 7 mil contos de réis, o que era considerado muito barato. Com o sonho em comum, algumas famílias italianas jun-

taram seus bens e compraram uma só fazenda. Até quatro famílias moravam na mesma casa. Os Stival e os Spessoto, hoje conhecido como Peixoto, foram as maiores famílias a participar do processo de construção da história da cidade.

Para os pioneiros como os Stival, Peixoto, Zanine e Treviso, Fachine Bizimoto, o início foi duro, porém era um tempo de fartura. Plantaram muito café e outros suprimentos alimentícios. O único problema era a dificuldade para comercialização.

A cidade de Goiás, capital do Estado, Anápolis e Campinas eram as cidades mais próximas, consideradas distantes. Naquela época, para chegar até elas somente no lombo do cavalo ou em carro-de-boi.

De 1912 até 1924, as famílias

dos Peixoto moraram juntas na mesma fazenda. Em 1924, na separação da propriedade, algumas famílias queriam doar terras para a construção de uma igreja. João Stival, como representante legal das famílias, doou as terras onde hoje existe a Igreja Matriz.

No mesmo ano foi lançada a pedra fundamental da igreja, e celebrada a primeira missa pelo padre Pelágio, sobre cobertura de folhas de coqueiro. Aos poucos, famílias construíram suas casas, chegaram pessoas de fora atrás de trabalho e assim surgiram as casas em volta da igreja, e se formou uma colônia italiana conhecida como Nova Veneza.

Durante o período da Segunda Guerra Mundial, Nova Veneza, nome que faz referência à cidade de Veneza, na Itália, foi substituída por Goianás.

ANEXO VI – LEI N. 799 - TERMO DE CONVÊNIO ENTRE PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA VENEZA E AMIZA

05 07 2005

JO MS

[Assinatura]

LEI Nº 779, DE 04 DE JULHO DE 2005.

"Autoriza a celebração de Termo de Convênio entre o Município de Nova Veneza e a AMIZA para os fins que especifica e dá outras providências".

Faço saber que a Câmara Municipal de Nova Veneza, Estado de Goiás, no uso de suas atribuições legais APROVOU, e eu Prefeito Municipal, SANCIONO a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica o Chefe do Poder Executivo do Município de Nova Veneza autorizado, celebrar convênio com a Associação dos Amigos do Nova Veneza, Goiás – AMIZA inscrita no CNPJ sob o nº06. 038.584/0001-70, objetivando a implementação e execução de ações que visam à conservação, manutenção, restauração e divulgação do patrimônio histórico cultural do município de Nova Veneza.

Art. 2º - Em face do convênio de que trata o artigo anterior, poderá a Prefeitura Municipal de Nova Veneza, prestar assistência administrativa, apoio logístico, ceder servidores públicos municipais, realizar despesas diversas, com a manutenção e conservação do Museu Histórico de Nova Veneza, com a realização do Festival Gastronômico e com outros eventos de cunho cultural e artístico.

Art. 3º - As condições do convênio de que trata o artigo anterior, tais como prazo, responsabilidade, foro, despesas, rescisão e demais cláusulas, deverão constar do termo de convênio a ser celebrado entre as partes, obedecido no que couber aos dispostos no art. 116, da Lei nº8. 666/93, com alterações posteriores.

Art. 4º - Para fazer as despesas com a execução desta lei, fica o Chefe do Poder executivo do Município de Nova Veneza, autorizado abrir crédito e natureza especial, no valor de R\$20.000,00- (vinte mil reais), a serem consignados no orçamento em vigor, sob dotação própria.

Parágrafo Único – A abertura de crédito de que trata este artigo, dar-se-á mediante decreto, em estrita observância ao disposto na Lei nº. 4.320/64 e a Lei Complementar nº. 101/00.

Art. 5º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º - Revogam-se as disposições em contrário.



Palácio Municipal João Batista Stival, aos 04 dias do mês de julho de 2005.

LUIZ ANTÔNIO STIVAL MILHOMENS
Governador da Cidade de Nova Veneza

Luiz Antônio Stival Milhomens
Governador da Cidade de Nova Veneza

Palácio Municipal João Batista Stival - Fone: (0**62) 356-1120 - Nova Veneza - GO
govmunnveneza@cultura.com.br

ANEXO V – DE TRABALHO VOLUNTÁRIO A TRABALHO REMUNERADO NO FESTIVAL

CONTRATO DE TRABALHO

Contrata-se: Elisângela Maria Stival
 Para trabalhar no FESTIVAL ITALIANO GASTRONOMIA E CULTURA
 5ª EDIÇÃO, como BALCONISTA, nos dias 04 a 07 de setembro de 2009.
 No período a ser confirmado:

Almoço: _____ Dia: 04 Dia: 05 Dia: 06 Dia: 07
 Jantar: _____ Dia: 04 Dia: 05 Dia: 06 Dia: 07
 Fone: 92657912

Andrey Mesquita de Melo
 Presidente AMIZA

Maria do Carmo Basilio
 Vice-Presidente AMIZA

Ângela Maria da Silva
 Coordenadora

Assinatura: Elisângela maria Stival

4 Junho 100,00

E-mail: festivalgastronomicoveneza2009@hotmail.com