

# A CAVALHADA DE POCONÉ, MATO GROSSO: UMA ANÁLISE DO NÃO-LUGAR SOB A ÓTICA DO TURISMO

## *THE CAVALHADA DE POCONÉ, MATO GROSSO: AN ANALYSIS OF THE NON-PLACE UNDER THE OPTICS OF TOURISM*

**Revisado por pares**

Submetido em: 17/08/2020

Aprovado em: 15/09/2020

Luciene Aparecida Castravechi

### Palavras-chave

Identidade.  
Turismo de  
Eventos.  
Festa.  
Memória.  
Pantanal.

### Resumo

O presente artigo tem como objetivo estabelecer uma relação entre a geografia e o turismo, a partir da apresentação destas disciplinas no decorrer do século XX. Buscamos apresentar os principais conceitos da geografia, como espaço e lugar, e relacioná-los metodologicamente com o recorte espacial do município de Poconé, no estado de Mato Grosso, Brasil por meio da sua tradicional festividade, conhecida como Cavalhada de Poconé. Tecemos análises sobre essa festa em relação à questão de identidade e memória, que é atribuída pela mídia e pelos governos municipal e estadual como um evento turístico que apresenta a Cavalhada atrelada à cultura e história da população do município de Poconé. Desse modo, esta pesquisa procura demonstrar que a Cavalhada de Poconé generaliza os aspectos da identidade e história como sendo um ato tradicional para disseminar a imagem de um atrativo turístico. A pesquisa nos fez perceber que a imagem da Cavalhada, difundida através da mídia e dos governos municipal e

estadual como uma manifestação cultural e identitária da população de Poconé, é utilizada na propagação de um atrativo turístico que não tece relações de igualdade entre os grupos sociais de Poconé e reproduz um não-lugar.

## Keywords

*Identity.*  
*Event Tourism.*  
*Party.*  
*Memory.*  
*Pantanal.*

## Abstract

*This article aims to establish a relationship between geography and tourism, from the presentation of these disciplines throughout the 20th century. We seek to present the main concepts of geography, such as space and place and to relate them methodologically with the spatial outline of the municipality of Poconé, in the state of Mato Grosso, Brazil through its traditional festivity, known as Cavalhada de Poconé. We analyze this party in relation to the question of identity and memory, which is attributed by the media and by the municipal and state governments as a tourist event that presents Cavalhada linked to the culture and history of the population of the municipality of Poconé. Thus, this research seeks to demonstrate that Cavalhada de Poconé generalizes the aspects of identity and history as being a traditional act to disseminate the image of a tourist attraction. The research made us realize that the image of Cavalhada, disseminated through the media and the municipal and state governments as a cultural and identity manifestation of the population of Poconé, is used in the propagation of a tourist attraction that does not weave equal relations between the social Poconé and reproduces a non-place.*

## CONSTITUIÇÃO DA GEOGRAFIA COMO CIÊNCIA E OS CONCEITOS DE ESPAÇO E LUGAR

No final do século XIX e início do XX, a geografia passou a se constituir enquanto ciência através dos estudos de autores como Descartes, Kant, Darwin, Comte, Hegel e Marx, os quais, por meio das suas ideologias, contribuíram para a construção dos paradigmas da geografia (Costa & Rocha, 2010).

A formação da geografia enquanto ciência está atrelada ao contexto histórico do Imperialismo, pois a mesma serviu de base teórica para legitimar os processos expansionistas e comerciais das potências europeias, principalmente, sobre os territórios da África e da Ásia. Entretanto, após a Segunda Guerra Mundial, a geografia passou a desenvolver novas possibilidades teóricas e metodológicas, sendo importante destacar a quantificação e a sistematização como ferramentas de análise. Já na década de 1970, a geografia passou a ser influenciada pelas teorias marxistas que direcionavam as suas análises para os

problemas sociais, como concentração de renda, as migrações para as cidades, constituindo assim espaços degradados, sobretudo na América Latina, África e Ásia (Costa & Rocha, 2010, p. 36).

Em que pese os avanços teóricos e metodológicos da geografia como ciência, visualizamos na geografia humanística, embasada na fenomenologia, uma corrente que busca reconhecer as experiências do indivíduo ou grupo, em relação ao comportamento e a forma de sentir dos agentes sobre os seus lugares (Christofoletti, 1985 apud Costa & Rocha, 2010, p. 37).

Nesse sentido, as noções de espaço e lugar que emergiram como conceitos-chave na geografia humanística são de suma importância para entendermos os fenômenos turísticos em determinada espacialidade, que neste trabalho serão direcionados para analisarmos o evento da Cavalhada de Poconé como sinônimo de identidade e memória da população do município de Poconé (MT).

O conceito de espaço desenvolvido por Milton Santos expõe que a constituição do espaço é resultado da ação dos indivíduos, intermediados pelos objetos naturais e artificiais. Assim:

Um conceito básico é que o espaço constitui uma realidade objetiva, um produto social em permanente processo de transformação. O espaço impõe sua própria realidade; por isso a sociedade não pode operar fora dele. Consequentemente, para estudar o espaço, cumpre apreender sua relação com a sociedade, pois é esta que dita a compreensão dos efeitos dos processos (tempo e mudança) e especifica as noções de forma, função e estrutura, elementos fundamentais para a nossa compreensão da produção do espaço (Santos, 2008, p. 67).

O espaço é algo que se encontra em constante processo de transformação. Portanto, o espaço é um reflexo da ação humana ao longo do tempo, assim, este não é imóvel e estático tendo também a sua configuração como espaço social formado por eventos sociais.

Com a complexidade do dinamismo do espaço geográfico, outros conceitos se desdobraram, como a noção de lugar, trabalhado pela geografia humanística. Esta concepção carrega em si a percepção dos indivíduos, significados, características e heranças culturais. O lugar possui delineamentos espaciais em que o indivíduo e o coletivo se expressam culturalmente. Desse modo, é válido lembrar que o lugar possui conexões com o global, porém mesmo com a universalização, as particularidades não esvanecem. Portanto,

O lugar aparece como um fragmento do espaço onde se pode apreender o mundo moderno. Uma vez que o mundial não abale o local. O lugar se produz na articulação contraditória entre o mundial que se anuncia e a especificidade histórica do particular. Deste modo o lugar se apresenta como o ponto de articulação entre a mundialidade em constituição e o local enquanto especificidade concreta, enquanto momento (Moraes, 1997, p. 303).

Nesse sentido, procuramos analisar a condição que o lugar tem de estabelecer laços de pertencimento, identidade e história. O lugar é um fragmento do espaço que institui conexões com o global sem perder as suas especificidades, pois as tradições culturais das comunidades trazem consigo significados e práticas próprias; como as que são observadas em áreas de preservação como o Pantanal, cujos aspectos históricos e culturais são considerados como particularidade geográfica. Ainda sob essa ótica, o patrimônio cultural configura os aspectos da história local, sobretudo, as relações sociais permeadas pela noção de espaço e pertencimento.

De acordo com Yi-Fu Tuan, o espaço transforma-se em lugar conforme é vivenciado e valorizado pelo sujeito, assim “quando o espaço é inteiramente familiar, torna-se lugar” (Tuan, 1983, p. 83). Nessa perspectiva, o lugar é compreendido como produto das relações sociais, tendo em vista que o espaço obtém a condição de lugar “à medida que adquire definição e significado” (Tuan, 1983, p. 151). Para Tuan, o sentimento de pertencimento é conquistado por meio das experiências cotidianas de um indivíduo em um dado espaço, portanto “As experiências dentro de um grupo humano se sobrepõem o suficiente para que os vínculos individuais não pareçam, notórios e incompreensíveis para seus pares” (Tuan, 1983, p. 163). Os significados, os símbolos e a noção de lugar são inerentes aos sujeitos que partilham as mesmas práticas sociais, logo o presente estudo, ao analisar a Cavalhada de Poconé, se pauta na compreensão da identidade e memória que confere às relações sociais experienciadas na festividades local o sentimento de pertencimento.

### **Histórico do turismo como atividade econômica**

O turismo têm suas atividades iniciadas no final do século XIX, a partir da Segunda Revolução Industrial. É consequência também do surgimento dos meios de transportes, como o navio e o trem a vapor, que facilitaram as viagens por longas distâncias em menor tempo. Este contexto histórico ocasionou uma divisão do tempo: o tempo biológico e o tempo de trabalho, provocando uma mudança de mentalidade assinalada pelo tempo livre, influenciando assim, a concepção em relação às viagens turísticas.

No período entre guerras (1919-1938), expandiu-se o interesse no turismo como tema de investigação nas universidades, sobretudo numa perspectiva da economia. Nessa circunstância, surgiu a Escola de Berlim que sistematizou o conhecimento das atividades turísticas por meio do emprego de pesquisas sustentadas pelos métodos científicos aplicados pelas ciências da sociedade na ocasião (Ignarra, 2003).

Ao final da Segunda Guerra Mundial, o turismo adquiriu novos aspectos e uma maior organização com o desenvolvimento nas áreas de transportes, equipamentos de hospedagem, agências de viagens, infraestrutura e outros.

O turismo é uma atividade econômica complexa. Conforme a Organização Mundial do Turismo – OMT, a sua definição é vista como, “Movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas” (OMT, 1994).

Diante dessas características, podemos perceber a reprodução dos espaços turísticos e também o consumo do espaço, estabelecendo assim, uma relação entre a geografia e o turismo. Dessa forma, os elementos básicos do mercado turístico são: oferta, serviços, transporte, infraestrutura, demanda, informação, promoção, comercialização, espaço turístico e distribuição; assim, os estudos ligados à geografia do turismo tem como pressuposto apreender a dinâmica da turistificação por meio da abordagem dos processos sociais que se produzem (Rodrigues, 2011, p. 73).

Com a globalização e um mundo repleto de sujeitos com interesses e desejos distintos, o turismo emerge como uma atividade econômica que procura interpretar as necessidades da demanda turística. Nessa perspectiva, o Ministério do Turismo sugere a segmentação como um método para a organização e comercialização de destinos e roteiros turísticos (Brasil, 2010). A subdivisão tem como propósito caracterizar os indivíduos que possuem a vontade de consumir o mesmo produto. Para o Ministério do Turismo, “a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda” (Brasil, 2010, p. 61). Assim, torna-se importante compreender o interesse dos turistas para que sejam disponibilizados artigos direcionados às suas necessidades, bem como segmentar a oferta, com o intuito de atender as exigências dos viajantes com produtos exclusivos de acordo com os seus desejos.

Após a compreensão da importância da segmentação turística, torna-se fundamental conceituar as seções de turismo de eventos e turismo cultural, pois estes, de certo modo, dialogam com o objeto de estudo desta pesquisa a partir da Cavalhada de Poconé/MT.

## Turismo de Eventos

Pode-se definir os eventos como acontecimentos, acasos ou eventualidades, em que ocorra a junção de pessoas com propósitos em comum. Ocorrem a partir de uma casualidade, isto é, por determinado motivo. De acordo com Luiz Carlos Zanella (2006), para que aconteça um evento é necessário a reunião de pessoas, em data e lugar estabelecidos por um organizador, com a intenção de comemorar fatos importantes, sendo estes culturais, esportivos, sociais, científicos, dentre outros. Ainda conforme o autor, os eventos podem ocasionar em seus participantes e organizadores fortes emoções, bem como a integração e a consolidação de vínculos de cunho profissional e pessoal.

Historicamente o turismo de eventos é datado a partir dos Jogos Olímpicos, instituídos no ano de 776 a.C na cidade de Olímpia, na Grécia Antiga. Esta festividade tinha um perfil religioso e ocorria a cada quatro anos, cujo propósito era celebrar a presença dos deuses no plano terrestre, assim como estabelecer uma trégua entre as guerras para que a realização dos jogos fosse viabilizada (Matias, 2013).

A segunda fase da Revolução Industrial no século XIX, transformou os hábitos sociais, culturais, econômicos e trabalhistas da sociedade europeia. Conforme Ramos e Costa (2017), as modificações vivenciadas no mundo do trabalho possibilitaram a realização de viagens, tendo em vista que, com as reivindicações trabalhistas, os trabalhadores passaram a usufruir dos seguintes direitos: período de férias e a generalização do salário mensal.

A industrialização colaborou ainda para o surgimento das feiras técnico-científicas, cujo objetivo era o de apresentar e vender os produtos tecnológicos que estavam sendo elaborados pelas indústrias europeias. Neste contexto, pode-se considerar o Turismo e o Turismo de Eventos assinalados, sobretudo, pelo desenvolvimento científico e pela melhoria dos meios de transportes. As feiras científicas e comerciais passaram a atrair uma diversidade de público, especialmente da Europa para participar desses eventos.

O conceito de evento é compreendido por diferentes definições. Pode ser avaliado, por exemplo, de acordo com o ponto de vista dos seus organizadores e participantes (Martin, 2003). Para Britto e Fontes (2002, p. 20), a organização de um evento abrange a “Ação profissional que envolve pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados.” Sob essa ótica, Matias (2013), afirma que o evento visa alcançar um público-alvo, por meio da divulgação de produtos, apresentação de pessoas, lançamentos de empresas ou entidades, bem como pelo ato de comemorar, com ou sem propósito comercial.

Os eventos também podem promover marcas, divulgar e comercializar produtos e serviços com o objetivo de atingir determinado público. Nesse sentido, o evento é uma atividade que viabiliza o retorno econômico e social em relação ao capital investido.

O evento tem características de um produto – deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional. O bom evento é algo inusitado, inovador e desafiante. Uma oportunidade de vivenciar algo realmente diferente, pois somente desta forma o público vai dele participar. [...] O público, ao participar de um evento, busca distração, sucesso, emoção, beleza e novidade (Melo Neto, 1999, p. 31).

Além de diversas conceituações, o evento também possui variadas classificações, as quais segundo Martin (2003, pp. 39-41), podem ocorrer por: Abrangência – conforme o alcance do evento, na captação dos participantes; Competição – esportiva, cultural, artísticas, concursos, desfiles, entre outros; Demonstração ou Exposição – inaugurações, leilões, shows, e outros; Data ou Frequência – permanentes, esporádicos e de oportunidade; Categoria e Função Estratégica – público ou privado; Dimensão – macroevento, grande porte, médio porte e pequeno porte; Objetivo ou Área de Interesse – artístico, científico, cívico, educativo, social, institucional, dentre outros; Perfil dos Participantes - geral, dirigido ou especializado; Tipo de Adesão – fechado ou aberto.

Sobre o conceito de Turismo de Eventos:

Segmento que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam nas mais diversas áreas. São congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades, por exemplo, que refletem o esforço mercadológico dos mais diversos setores, como as áreas médicas e de saúde, culturais, econômicas, jurídicas, artísticas, esportivas, comerciais, ao ingressarem em seus mercados potenciais com novas tecnologias, descobertas científicas e produtos (Britto & Fontes, 2002, p. 52).

O Turismo de Eventos impacta positivamente a economia de um município, tendo em vista que engloba os mais variados setores da economia; consequentemente impulsiona a arrecadação de receitas, aumento do número de empregos diretos e indiretos, bem como novas oportunidades para a população local (Matias, 2013).

O segmento de eventos auxilia no desenvolvimento de atividades turísticas em localidades onde o turismo é pouco praticado ou não se sustenta; assim, ao se realizar um evento em determinado município, este passa a ser divulgado por meio da atração de diversas pessoas que consequentemente movimentam o

comércio local e despertam nos setores públicos e privados o interesse em investir em infraestrutura básica, equipamentos e serviços turísticos para atrair mais turistas.

Portanto, há uma relação própria entre eventos e turismo, o que impacta positivamente no desenvolvimento econômico de uma região. O Turismo de Eventos é um dos mais promissores<sup>ii</sup>, e no Brasil, podemos perceber que esta segmentação vem combatendo a sazonalidade por meio da inserção de diferentes setores ao turismo nos períodos de baixa temporada.

## Turismo Cultural

A história da humanidade é permeada por diversas excursões pela busca de novos territórios econômicos, sociais e culturais. O interesse por viagens culturais possivelmente surgiu na Europa no período do Renascimento entre os séculos XIV a XVII. Aristocratas motivados em conhecer os sítios arqueológicos e históricos que inspiraram os artistas renascentistas, tais como: Leonardo Da Vinci, Michelangelo Buonarroti, Rafael Sanzio, Donatello, dentre outros, passaram a realizar tais deslocamentos de interesses culturais. A partir dessas viagens teve origem, entre o século XVIII e XIX, a *grand tour*, com o objetivo de vivenciar longas temporadas em diferentes cidades europeias consideradas como o berço da civilização ocidental (Brasil, 2010b).

Mesmo não havendo um mercado turístico com a sua cadeia produtiva organizada e os seus serviços e produtos formatados, a *grand tour* é considerada a impulsionadora do Turismo Cultural, uma vez que a motivação da viagem envolve algum aspecto cultural do destino turístico visitado (Brasil, 2010b).

De acordo com o Ministério do Turismo, o Turismo Cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (Brasil, 2006, p. 13). Nesse sentido, o Turismo Cultural corrobora com o fortalecimento da cultura e da identidade local; da mesma forma, preserva e valoriza o patrimônio material e imaterial por meio da história e memória social em determinada comunidade.

O patrimônio pode ser compreendido como bens material e imaterial, naturais ou construídos, por uma pessoa ou grupo. Segundo Maria Cecilia Londres Fonseca, o patrimônio é “tudo que criamos, valorizamos e queremos preservar: são os monumentos e obras de arte, e também as festas, músicas e danças, os folguedos e as comidas, os saberes, fazeres e falares, enfim, tudo que produzimos com as mãos, as ideias

e a fantasia" (Fonseca, 2004, p. 21). Sob essa ótica, o patrimônio cultural é um conjunto de bens, tangíveis ou não, que traz consigo a história, a memória e a identidade de diversos grupos sociais. Assim, torna-se importante destacar que a Cavalhada de Poconé – objeto de análise desta pesquisa – é considerada patrimônio imaterial da cultura pantaneira.

Para Xerardo Pereiro Pérez, o Turismo Cultural possui aspectos positivos e negativos. Entre os elementos positivos destacam-se, dentre outras coisas, o desenvolvimento e o estímulo da identidade cultural, valorização das tradições e o avanço econômico. Em relação aos aspectos negativos pode-se citar a mercantilização excessiva da cultura, que pode ocasionar a sua transformação em mercadoria ritual espetacular, banal, ficcional e superficial. Nessa perspectiva, o turismo cultural é utilizado como um logotipo comercial para vender cultura e patrimônio cultural, sendo estes convertidos simplesmente em mercadorias, não dialogando com as interfaces da aprendizagem e educação intercultural (Pérez, 2009).

O Turismo Cultural impulsionado pelo acúmulo de capital passa a criar espaços de comercialização turística dentro dos lugares de pertencimento da comunidade local, os quais não possuem sentimentos identitários e colaboram para a propagação de "não-lugares". São criados espetáculos artificiais que não dialogam com a identidade local.

A massificação e a turistificação dos bens culturais contribuem para a mercantilização da cultura e banalização dos bens materiais e imateriais. O turismo deve preocupar-se com a valorização das expressões culturais locais e inseri-las na economia local, com a finalidade de proporcionar um sentimento de pertencimento social.

## METODOLOGIA

### **Descrição do objeto de estudo: o espaço territorial de Poconé/MT**

O município de Poconé fica a 102 km distante de Cuiabá, capital de Mato Grosso. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2020), possui uma população total de 33.315 habitantes. Sua área abrange uma extensão de 17.025,406 km<sup>2</sup>. Localiza-se a uma latitude 16°15'24" S e longitude 56°37'22" W. Compreende os biomas Cerrado e Pantanal, tendo uma área alagável localizada entre os rios Cuiabá e Paraguai e se estende até o Parque Nacional do Pantanal Mato-grossense.

O Pantanal é uma das maiores áreas alagadas contínuas, com 151.487 km<sup>2</sup>. É reconhecido como Patrimônio Nacional pela Constituição Federal e considerado Reserva da Biosfera e Patrimônio Natural

da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) no ano de 2000. Abriga três Sítios Ramsar: Parque Nacional do Pantanal Mato-grossense, Reserva Particular do Patrimônio Natural Sesc Pantanal e Reserva Particular do Patrimônio Natural Fazenda Rio Negro (Caminha, 2010).

A sua biodiversidade é considerada extremamente rica, com 3.500 espécies conhecidas de plantas, 463 de aves, 124 de mamíferos, 177 de répteis, 41 de anfíbios e 325 espécies de peixes de água doce. Seu território é composto pelos biomas: Amazônia, Cerrado e Chaco Boliviano; sua área cobre parte da Bacia do Alto Rio Paraguai e seus afluentes e tem apenas 2,5% de seu território oficialmente protegido por unidades de conservação federais, estaduais e particulares (Caminha, 2010).

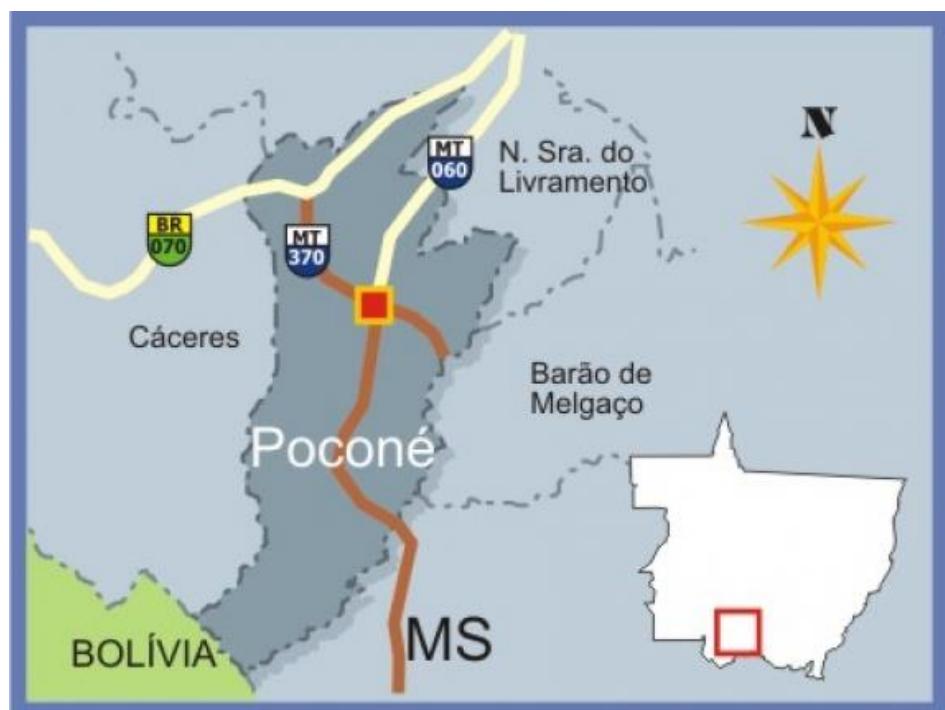


Figura 1: Localização de Poconé, em Mato Grosso, Brasil. Disponível em: <<https://portalmatogrosso.com.br/mapa-do-municipio-37/>>. Acesso em: 15 out. 2020.

De acordo com Eudes Fernando Leite (2008), os primeiros relatos coloniais sobre o atual Pantanal brasileiro datam do século XVI, sobretudo em narrativas realizadas pelos espanhóis, que denominavam a região de “Lagoa dos Xaraves”. No século XVIII, os portugueses incorporaram a região à América Portuguesa por meio das ações de apreensão indígena e pelo sertanismo de contrato com o objetivo de

encontrar metais preciosos, eliminar as resistências indígenas, capturar negros e índios foragidos das fazendas e identificar a fauna e a flora das áreas de sertão<sup>iii</sup> (Galetti, 2012).

Em 21 de janeiro de 1781 foi fundado o Arraial de São Pedro de El-Rey (Poconé), a partir da descoberta de ouro na região. O município de Poconé era conhecido como Beri-Poconé ou Beri-Poconhé, pois era habitado pelos índios Bororo, cujo cacique era Poconhé, originando assim o nome Poconé (Silva, 2007). Em 25 de outubro de 1831, o Decreto Geral do governo regencial criou o município, junto com seus limites políticos atuais, de Villa de Poconé e em 1 de julho de 1863, Poconé recebeu o *status* de cidade via Lei Provincial (Prefeitura de Poconé, 2018).

Após o declínio das atividades de mineração, a pecuária de corte se tornou a principal atividade econômica do Pantanal, cuja prática remonta ao século XVIII. Assim, ao longo do século XVIII ocorreu a implantação de latifúndios como as fazendas Jacobina<sup>iv</sup> e Piraputanga. No início do século XX foram criadas as indústrias de charque e, a partir da década de 1950, houve o desenvolvimento das fazendas em torno da pecuária de cria e recria extensiva de gado de corte (Abreu, 2002).

Na zona rural de Poconé destacam-se como atividades econômicas as pequenas indústrias de mandioca, rapadura, tecelagem, doces, bolos tradicionais e trabalhos artesanais, como, por exemplo, a confecção de redes e utensílios de madeiras. A cultura do boiadeiro ainda continua muito presente, tendo como matéria-prima o couro e os chifres dos bovinos para a confecção de instrumentos de trabalho dos peões das fazendas, como laços, chicotes, alforje, berrante, arreios e rédeas para a montaria (Silva, 2007, p. 56).

A cultura de Poconé é representada pela fé e devoção religiosa da sua população. Dentre as festas religiosas têm-se de São Benedito, Divino Espírito Santo, Santo Antônio, São João e Nossa Senhora do Rosário, a padroeira de Poconé. Nesses festejos ocorrem diversas danças, como o siriri, o cururu, o rasqueado, o lambadão e a dança dos Mascarados de Poconé, assim como o levantamento de mastro e a Iluminação – espetáculo de fogos de artifício – além da Cavalhada (Silva, 2007).

## Metodologia da Pesquisa

Os procedimentos metodológicos utilizados para atingir os objetivos propostos neste estudo incluíram análises de notícias de jornais, revistas e sites entre os meses de abril a junho do ano de 2016. As fontes de coletas de dados deram-se essencialmente no site da Prefeitura de Poconé, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Poconé (SECTUR), Secretaria do Estado de Desenvolvimento do Turismo

(SEDTUR), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e notícias de jornais. Utilizamos da pesquisa de campo para a coleta de dados pois, conforme Gonsalves (2001, p. 67) “o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas”. Foi realizada uma pesquisa a campo no dia 19 de junho de 2016 durante a festividade da Cavalhada de Poconé. A partir da verificação *in loco* podemos identificar se o evento possui relação com a identidade e memória da população de Poconé, a qual é tratada como um atrativo turístico que realiza a manutenção da cultura e história daquele espaço. Para a reflexão do objeto de estudo, realizamos um levantamento bibliográfico pautado nos seguintes conceitos: não-lugar (Augé, 1994) e identidade (Hall, 2003).

A pesquisa bibliográfica também colaborou com a compreensão da problemática do estudo, conforme Dencker que descreve de que forma “aquela desenvolvida a partir de material já elaborado, permite um grau de amplitude maior e possibilita o levantamento de dados históricos” (Dencker, 1998, p. 125). A pesquisa bibliográfica proporcionou o conhecimento histórico da constituição do município de Poconé, bem como a história da Cavalhada e a cultura da população pantaneira. Sob essa ótica, o presente estudo se pautou nos pressupostos da pesquisa descritiva, a qual segundo Antonio Carlos Gil, “tem como objetivo primordial a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2002, p. 42).

A pesquisa possui abordagem qualitativa pois, de acordo com Edvaldo Boaventura “é uma fonte direta de dados no ambiente natural, constituindo-se o pesquisador no instrumento principal” (Boaventura, 2004, p. 56). O trabalho a campo possibilitou maior interação e contato do pesquisador com a espacialidade observada e com as pessoas entrevistadas. Por fim, no dia 19 de junho de 2016 foi realizada uma entrevista semiestruturada com dois participantes do evento, a fim de entender a organização da Cavalhada e a sua relação com a identidade local.

## A HISTÓRIA DA CAVALHADA DE POCONÉ (MT)

A Cavalhada em Poconé tem suas primeiras datações no século XVIII. Este evento teve como propósito recepcionar a chegada de autoridades; mas é válido lembrar que em Cuiabá já ocorria esta manifestação tempos antes. A primeira Cavalhada aconteceu no dia 20 de julho de 1769, com o objetivo de festejar a

vinda de Luiz Pinto de Souza Coutinho, Capitão-General e 3º Governador da Capitania de Mato Grosso (Abdalla, 2006 apud Silva, 2015, p. 8).

A manifestação ficou ausente do cenário cultural mato-grossense por 35 anos (de 1956 a 1990), mas retornou em 1991. De acordo com Neto da Silva (2011), a festividade tem relação com as narrativas da literatura e dos fatos históricos: a Guerra de Troia e As Cruzadas. A realização do evento ocorre durante a Festa de São Benedito, em junho, e sua representação acontecia na Praça Matriz de Poconé, sendo importante destacar que ao ser implementada a prática da Cavalhada no Brasil, esta acontecia geralmente próxima das Igrejas Católicas ou Edifícios Públicos. Atualmente, a festividade acontece no Clube Cidade Rosa, iniciando por volta das 8 horas da manhã, com a encenação do assalto Mouro ao Castelo.

A arena da Cavalhada é uma estrutura composta por arquibancadas de madeira e ferro quadrangular com área equivalente a um campo de futebol. Nas extremidades da arena estão localizadas as torres Moura e Cristã com os seus respectivos símbolos. No centro da arena acontecem as batalhas. O cenário é composto por camarotes com estrutura de alvenaria e piso, e durante a realização do evento são montadas as tendas. As vagas dos camarotes são definidas pela Irmandade de São Benedito.



Figura 2: Início da encenação da Cavalhada de Poconé. Foto: Turismólogos MT (2016).

A festa da qual participamos no dia 19 de junho de 2016 teve início às 8 horas da manhã, com a entrada do exército Mouro com vestimentas na cor vermelha, e do exército Cristão, de cor azul (Figura 2), seguida da entrada da rainha, e dos mantenedores (pessoas que mandam no exército); em seguida o embaixador adentra o espaço e logo após, as bandeiras do Divino Espírito Santo e de São Benedito, que foram entregues aos festeiros, ou seja, o rei e a rainha da festa de São Benedito.

No que diz respeito à estrutura da Cavalhada, esta é composta por 24 participantes – 12 em cada um dos exércitos – e mais um auxiliar para cada cavaleiro nomeado de “Pajem”. Os cavaleiros competem ao som de uma “caixa de repinique”. A encenação se inicia com um guerreiro Mouro, de idade entre 18 a 30 anos que sequestra a Rainha da Cavalhada, interpretada por uma mulher jovem, geralmente primogênita de uma das famílias homenageadas no Festejo do Divino Espírito Santo. Esta representação possui relação com o sequestro de Helena da Mitologia Grega (Silva, 2015, p. 9).

Os cavaleiros vestem roupas de tecidos de cetim com adereços majestosos, enfeites de plumas e guizos. As capas, as roupas e os chapéus são ornamentados por lantejoulas, além disso, os combatentes portam lanças de aço de 1 metro de comprimento. A ornamentação das vestimentas e dos cavalos é realizada por alguma costureira da família; assim, a participação dos homens na festividade é orquestrada pelo trabalho feminino. Já a decoração da festa é de responsabilidade dos festeiros de São Benedito, ou seja, o Capitão do Mastro e a ornamentação dos camarotes fica a cargo dos cavaleiros.

Após a encenação de abertura com o rapto da rainha Moura pelo exército Cristão e o incêndio do castelo, iniciam-se as provas na arena, tais como: a Caça do Judas, a Guerra de Limões, a Corrida de Cavalos, o Lançamento de Argolas, Cabeça da Rainha etc. (Silva, 2011). No final da disputa, o exército Mouro coloca bandeiras brancas na arena e declara a paz entre os dois exércitos.

### **Análise da relação de identidade e memória na Cavalhada de Poconé**

As festas como eventos programados – a exemplo do estudo de caso desta pesquisa, a Cavalhada de Poconé – assumem rituais praticados em sociedade que expressam a legitimação dos valores e ordem da sociedade. As festas de santo são caracterizadas como uma reunião coletiva que procura reconhecer o universo simbólico e a ideologia da sociedade, onde alguns de seus grupos, produzem, controlam e as mantém em vigência (Brandão, 1974, p. 65).

O evento tem entrada gratuita composta por rituais abertos a todos os que vão para apreciar, mas restrita para aqueles que atuam na encenação da Cavalhada de Poconé. Assim, nos chama atenção que a festa pode contar com a participação gratuita da população, entretanto os cavaleiros e a rainha são socialmente escolhidos, conforme o fragmento abaixo:

A rainha moura, disputada pelos exércitos, é escolhida pelo Capitão de Mastro. Na reunião de escolha, atualmente, o cargo de Capitão é o mais disputado, justamente porque os pais (ou parentes) querem colocar suas filhas (sobrinhas, netas...) para fazer parte da História das Cavalhadas de Poconé (Silva, 2011).

Por meio dessas escolhas dos personagens que compõem o ritual da Cavalhada, podemos perceber que há o estabelecimento de uma estrutura social que determina quem pode participar da encenação, e consequentemente, promove o reconhecimento social dos participantes, não apenas no momento da festa, mas como atores que possuem *status* diferenciado em meio à população de Poconé.



Figura 3: Princesa Moura na Cavalgada de Poconé. Foto: Turismólogos MT (2016).

Outro fato que se fez notar é que os cavaleiros são fazendeiros, comerciantes, filhos ou parentes destes. Imaginamos que para ser um cavaleiro, o mesmo deve desembolsar alguns gastos para a confecção das suas roupas e das indumentárias do cavalo, bem como dispor de treinos para a realização das provas que acontecem na arena. Nesse sentido, uma pessoa de baixa renda provavelmente estaria impedida de participar do ritual, pois é válido lembrarmos que na cavalhada do século XVIII, os cavaleiros faziam

parte de uma elite social e representavam uma elite histórica, combinação que aparentemente é reproduzida na Cavalhada de Poconé.

Diante do exposto acima, observamos que a mídia e os governos municipal e estadual propagam a ideia de que a Cavalhada de Poconé confere identidade cultural para a população do município, conforme a notícia a seguir:

Para a secretaria a valorização da cultura é a principal identidade de um povo e não poderia ser diferente em Poconé onde a cultura, folclore, religiosidade e fé se encontram. “Viemos prestigiar este grande evento que retrata a fé e a tradição do povo mato-grossense. Além disso, a Cavalhada já se tornou um dos principais atrativos turísticos de Mato Grosso”, disse Teté Bezerra (Turismo MT, 2011).

Ao levarmos em consideração que apenas um grupo seletivo, ou seja, a elite de Poconé, pode participar da encenação da Cavalhada, temos uma relação de identidade forjada pela mídia e pelos discursos políticos que marcam o evento como a representação da cultura poconeana, que dessa forma é vendida como um atrativo turístico que fortalece a memória e a história daquela população. Tal fato dialoga com Stuart Hall, pois “a moldagem e remoldagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas” (Hall, 2003, p. 71).

Nesse sentido, as ações da mídia e do poder público de disseminar uma possível identidade da população de Poconé em relação à Cavalhada, não tem apenas o intuito de vender um produto turístico atrelado a uma cultura, mas também envolve a dramatização das suas práticas e suas relações com o mundo, isto é, uma série de representações inventadas para valorizar a identidade local.

Outro fator importante a ser observado diz respeito aos usos de rituais para demarcar o reconhecimento da ordem social a qual pertence o expectador da Cavalhada, ou seja, nessa relação podemos perceber o que Brandão (1974, p. 79), intitulou de relações “alto-baixo”. Analisamos que todo o espaço da Cavalhada de Poconé é dominado por essas ligações, em que as famílias de mais posses constroem algo como camarotes fixados na parte superior para que possam ficar numa altura próxima aos cavaleiros em seus cavalos. Já na arquibancada, encontram-se as pessoas menos abastadas, bem como outras que ficam de pé ou próximas à cerca que envolve a arena.

A diferenciação de ambientes para se assistir aos espetáculos entre as pessoas “do povo” e a elite local, demonstra que a Cavalhada de Poconé tem como propósito exaltar a história de fazendeiros e comerciantes de modo que estes sejam os sujeitos históricos que fazem parte da cultura, memória e história do

município; enquanto a população menos privilegiada não tem participação como agentes históricos da imagem generalizada que as mídias e os governos (municipal e estadual) propagam a respeito da Cavalhada como sendo uma manifestação cultural e identitária de Poconé. Portanto, o evento que já é considerado um atrativo turístico internacional e que supostamente contribui para a manutenção da história local, utiliza-se de práticas que privilegiam um grupo social em detrimento de outro.

A participação de determinados grupos na encenação da Cavalhada de Poconé e a diferenciação social dos espaços, nos mostra que o evento eleva a imagem da elite local e pouco privilegia a participação da população mais humilde. Tais práticas contribuem para a criação dos chamados “não-lugares” elaborados por Augé (1994), que difere da concepção de lugar tecido pela geografia humanística, em que o indivíduo estabelece significados, características e heranças culturais.

O espaço da arena da Cavalhada é um não-lugar, tendo em vista que as diferenças sociais não criam identidade e história que o defina como lugar, ou seja, o não-lugar não estabelece uma memória coletiva, como também se pauta em duas realidades distintas: atende a certos fins (encenação, lazer, turismo) e, configura a relação que os indivíduos estabelecem com esse espaço. A Cavalhada de Poconé, considerada um atrativo turístico com repercussão internacional, é produtora de não-lugares, pois o discurso proferido pela mídia e pelos poderes públicos exalta a história de uma elite regional sem levar em consideração que o evento acentua as diferenças sociais e contribui parcialmente para a afirmação de uma identidade local que não contempla a todos.

O turismo, de certo modo, contribui para a formação de espaços que simulam uma realidade social positiva e homogênea. Assim, as atividades turísticas – como no caso do turismo de evento e cultural da Cavalhada de Poconé – colaboram para a generalização da identidade e memória da elite local como um aliado na propagação deste atrativo turístico.

Ainda sob essa perspectiva, o turismo gera espaços que atenderiam às necessidades dos turistas, descaracterizando a cultura regional, com o objetivo exclusivo de garantir entretenimento e lazer aos visitantes. A disseminação de espaços para suprir as necessidades do turismo deixa de lado os interesses da comunidade local e fortalece os desejos dos turistas, que são indivíduos em constante trânsito. Para contemplar essa demanda, o governo do Estado de Mato Grosso se propôs a construir uma nova arena para a encenação da Cavalhada de Poconé:



A obra é composta por duas arquibancadas e cada uma delas comportará até 800 pessoas sentadas, totalizando 1.600 pessoas. A arena terá área vip, 24 quiosques com churrasqueiras, que terão capacidade para 30 pessoas cada, sanitários, espaço para lanchonetes, setor de administração, estacionamento, calçadão e espaço contemplativo (Jácomo, 2016).

A criação de espaços artificiais para a comercialização do turismo exclui o atendimento das reais necessidades da comunidade local, pois o município precisa de infraestrutura básica, investimentos na saúde e educação, e, será contemplado por uma obra orçada em R\$ 11 milhões para atender primeiramente a demanda turística, sem levar em consideração que a execução da atividade turística necessita inicialmente de políticas públicas que atendam aos interesses da população de Poconé para posteriormente poder focar no turismo.

O turismo é responsável pela propagação de espaços distorcidos da cultura local e que muitas vezes tem como objetivo exclusivo o entretenimento e a satisfação individual do turista. Sob essa ótica, a atividade turística em algumas situações se pauta na invenção de representações para ofertar um tipo de turismo considerado ilusório, baseado na constituição de espaços que geram segregação socioespacial, bem como a deformação do lugar em detrimento da identidade e cultura local.

Para que o consumo do espaço turístico seja efetivo necessita-se de infraestrutura e equipamentos adequados, oferta de serviços específicos e, além disso, é preciso dispor de qualidades turísticas para os consumidores. Observamos que em Poconé, o governo do Estado de Mato Grosso projeta a obra da Arena da Cavalhada sem, no entanto, oferecer à população local o serviço de infraestrutura básica no município. Entretanto, no ano de 2018, a prefeitura municipal e a câmara de vereadores solicitaram que os recursos que seriam empregados na construção da Arena da Cavalhada em Poconé fossem destinados para a melhoria da infraestrutura do município. A classe política se uniu para apresentar as demandas de Poconé, que necessitava de recapeamento asfáltico, melhorias na saúde, segurança e reforço na Educação. Desse modo, o governo do estado de Mato Grosso declarou: “Vamos destinar R\$ 3 milhões para revitalização do Tanque da Rua, que será contemplado com um parque ambiental, para atender a comunidade, os turistas que lotam as pousadas do Pantanal, é um antigo sonho de todos este espaço, que terá quiosques, pista de caminhada” (Poconet, 2018).

Após a mudança de mandato no governo estadual, as obras não foram levadas adiante e a cidade de Poconé ainda carece de infraestrutura básica. As obras do Tanque da Rua não foram executadas, acarretando em uma ameaça de rompimento da barragem devido às fortes chuvas na região (Poconet, 2019).

O poder público foi ineficaz em suas ações governamentais para a melhoria da qualidade de vida da população de Poconé. Sob a ótica governamental, o município ainda será reproduutor de “não-lugares” a partir das ações discursivas em relação à história e identidade propagandeadas pela Cavalhada, bem como o não desenvolvimento do “lugar turístico”, o qual só passará a existir na ocasião em que o turismo for entendido como um fenômeno sociocultural complexo (Fratucci, 2000).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pode-se observar, as disciplinas de geografia e turismo se desenvolveram a partir do século XIX e se constituíram científicamente durante o século XX. Trazendo o olhar para a atividade turística promovida pela Cavalhada de Poconé, que ocorre em meio a uma determinada espacialidade, pudemos recorrer aos conceitos de espaço e lugar elaborados pela geografia humanística para entender o significado das relações humanas estabelecidas na arena da Cavalhada.

A pesquisa nos fez perceber que a disseminação na mídia e nos governos municipal e estadual da imagem da Cavalhada como uma manifestação cultural e identitária da população de Poconé, é utilizada na propagação de um atrativo turístico que não tece relações de igualdade entre os grupos sociais do município em análise, pois a Cavalhada de Poconé privilegia a participação da elite local na encenação do festejo, enquanto que a população de baixa renda exerce papéis minoritários ou apenas assiste ao espetáculo nas arquibancadas.

A atividade turística, a exemplo da Cavalhada de Poconé, é produtora do não-lugar, tendo em vista que a imagem propagada pela mídia e pelo poder público de homogeneização de um espaço que confere identidade e história à população de Poconé, destoa da realidade quando não se constata a participação da população mais humilde como protagonista na encenação do festejo.

O turismo é responsável pela criação de espaços artificiais para atender principalmente as necessidades do turista. Tal fato pode ser evidenciado no projeto de construção do governo do estado de Mato Grosso de uma arena moderna para a realização da Cavalhada de Poconé, ao passo que a comunidade local necessita de obras de infraestrutura básica e investimentos na saúde e educação do município. Nesse sentido, as preocupações do poder público estadual parecem estar voltadas para o desejo de que o turismo fomente o consumo do espaço através do advento de novas tecnologias, e consequentemente gere lucro

sem, no entanto, se atentar para a segregação e a disseminação da maquiagem social para a implantação de atrativos turísticos.

## REFERÊNCIAS

- ABEOC Brasil (2019). *Dados do setor de eventos de 2019*, dez. 2019. Disponível em: <<https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/>>. Acesso em: 11 out. 2020.
- Abreu, U. G. P. (2002). Sistema de Produção de Gado de Corte do Pantanal: Importância Econômica. In: Santos, S. A. (org.). *Sistema de produção de gado de corte do Pantanal*. Corumbá: Embrapa Pantanal.
- Augé, M. (1994). *Não-lugares*: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP: Papirus.
- Barbosa, F. S. (2013). Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS. *Cultur*, vol. 7(1), 88-104. Disponível em <https://periodicos.uesc.br/>
- Beni, M. C. (2000). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Boaventura, E. M. (2004). *Metodologia da pesquisa*: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas.
- Brandão, C. R. (1974). *Cavalhadas de Pirenópolis*: um estudo sobre representações de cristãos e mouros em Goiás. Goiânia: Oriente.
- Brasil (2010a). Ministério do Turismo. *Segmentação do turismo e o mercado*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil (2006). Ministério do Turismo. *Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil (2010b). Ministério do Turismo. *Turismo cultural*: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo.
- Britto, J. & Fontes, N. (2002). *Estratégias para eventos*: Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph.
- Caminha, A. F. (2010). *Patrimônio natural da humanidade, Pantanal guarda biodiversidade única*, out. 2010. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/informmma/item/6622-patrimonio-natural-da-humanidade-pantanal-guarda-biodiversidade-unica>>. Acesso em: 16 out. 2020.

Canton, M. (1998). Evento: da proposta ao planejamento. *Turismo - Visão e Ação*, 1(1), 101-113. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v1n1.p101-114>

Coelho, C. N. (2004). Não-Lugares – uma leitura crítica sob a ótica do turismo. *Anais do II Seminário de Turismo do Mercosul*, Caxias do Sul.

Costa, F. R.; Rocha, M. M. (2010). Geografia: conceitos e paradigmas – apontamentos preliminares. *Revista GEOMAE*, Campo Morão, 1(2), 25-56. Disponível em <http://www.fecilcam.br/revista/index.php/geomae>

Dencker, A. de F. M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.

Fonseca, M. C. L. (2004). Patrimônio e performance: uma relação interessante. In: Teixeira, J. G. L. C.; Garcia, M. V. C.; Gusmão, R. (Org.) *Patrimônio Imaterial, Performance Cultural e (Re) Tradicionalização*. – 1<sup>a</sup> ed. – Brasília, v. 1, 19-30.

Fratucci, A. (2000). Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *Geographia*: v.2, n.4, 2000, 121-133. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13390/0>>. Acesso em 10 dez. 2020.

Hall, S. (2003). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

Ignarra, L. R. (2003). *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Thomson.

Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (2012). Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/>>. Acesso em: 11 out. 2020.

Galetti, L. S. G. (2012). *Sertão, Fronteira, Brasil: Imagens de Mato Grosso no mapa da civilização*. Cuiabá: Entrelinhas/EDUFMT.

Jácomo, A. A. (2016). *Taques recebe projeto para construção da Arena da Cavalhada em Poconé*, set. 2016. Disponível em: <<https://www.mt.gov.br/-/4985688-taques-recebe-projeto-para-construcao-da-arena-da-cavalhada-em-pocone>>. Acesso em: 11 out. 2020.

Lage, B. H. G. (1992). Segmentação do mercado turístico. *Turismo em Análise*, v. 3, n. 2, 61-74. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v3i2p61-74>

Leite, E. F (2008). Do Éden ao Pantanal: considerações sobre a construção de uma representação. *Espaço Plural*, ano IX, n. 18, 145-151. Disponível em <<http://e-revista.unioeste.br/>>

Martin, V. (2003). *Manual prático de eventos*. São Paulo: Atlas.

Marujo, N. (2016). O estudo de caso na pesquisa em turismo: uma abordagem metodológica. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, Mossoró/RN, v. 5, n. 1, 113-128. Disponível em <<http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>>

- Matias, M. (2013). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. Barueri, SP: Manole.
- Moraes, C. R. (1987). *Geografia: pequena história crítica*. São Paulo: Hucitec.
- OMT. (1994). Organização Mundial do Turismo. *Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pérez. X. P. (2009). Turismo Cultural: uma visão antropológica. Tenerife: Aca y Pasos.
- Prefeitura de Poconé (2018). *História de Poconé*. Disponível em: <<https://www.pocone.mt.gov.br/Prefeitura/Historia/>>. Acesso em: 16 out. 2020.
- Poconet. Deputado cobra rapidez da SEMA em liberação de obras de recuperação do Tanque da Rua. Disponível em: <<https://www.poconet.com.br/?r=noticias/ler/deputado-faissal-calil-cobra-rapidez-da-sema-em-liberacao-de-obras-de-recuperacao-do-tanque-da-rua-em-pocone/11058>>. Acesso em 11 dez.2020.
- \_\_\_\_\_. Governo anuncia fim da construção da Arena da Cavalhada em Poconé. Disponível em: <<https://poconet.com.br/noticias/ler/governo-anuncia-fim-da-construcao-da-arena-da-cavalhada-em-pocone/72>>. Acesso em 11 dez. 2020.
- Ramos, D. M. & Costa, C. M. (2017). Turismo: tendências de evolução. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, Macapá, v. 10, n. 1, 21-33. DOI: <http://dx.doi.org/10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33>
- Rodrigues, A. B. (2011). Geografia e Turismo – Notas introdutórias. *Revista do Departamento de Geografia*, v. 6, 71-82. DOI: <https://doi.org/10.7154/RDG.1992.0006.0006>
- Santos, M. (2008). *Espaço e Método*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Silva, I. H. G. P. (2007). *Educação, cultura e tradição: tessituras de uma Comunidade tradicional no Pantanal de Poconé, Mato Grosso – um estudo de caso*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Brasil.
- Silva, L. A. (2015). Cavalhada de Poconé-MT: tradição medieval, folkcomunicação e espetáculo. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro*, 2015.
- Silva, L. F. S. (2011). *Conheça a Cavalhada de Poconé*, jul. 2011. Disponível em: <<http://historiografiamatogrossense.blogspot.com.br/2011/06/conheca-cavalhada-de-pocone.html>>. Acesso em: 5 out. 2020
- Tuan, Yi-Fu. (1983). *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.

Turismo MT. (2011). *Cavalhada se consolida como atrativo turístico de Poconé*, jun. 2011. Disponível em: <<https://turismomt.wordpress.com/2011/06/20/cavalhada-se-consolida-como-atrativo-turistico-de-pocone/>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

Zanella, L. C. (2006). *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. 4 ed. – São Paulo: Atlas.

## INFORMAÇÕES DO (S) AUTOR (ES)

<sup>i</sup> Doutora em História pelo Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em História pelo Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Gestora em Turismo pela Faculdade Integradas Norte do Paraná (UNOPAR). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA). E-mail: Luciene.castravechi@ifpa.edu.br

<sup>ii</sup> Estima-se que o setor de eventos tem crescido em média 6,5% ao ano, no período de 2013 a 2019. Disponível em: <<https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/>>. Acesso em: 11 out. 2020.

<sup>iii</sup> A historiadora Lylia da Silva Guedes Galetti demonstra que o conceito de sertão era e continuaria por muito tempo, em múltiplos sentidos, a negação do espaço já conquistado pela Metrópole. Espaço em estado bruto, primitivo, deserto, inculto, lugar que está fora da ordem (colonial), o que acolhe o desertor, o que não se deixa conhecer, bem como é caracterizado pelo —outro geográfico— do espaço já conquistado, e o lugar do Outro —o selvagem, o bárbaro. Galetti, L. S. G. (2012). *Sertão, Fronteira, Brasil: Imagens de Mato Grosso no mapa da civilização*. Cuiabá: Entrelinhas/EDUFMT, p. 58.

iv Localizada na BR-070, a 25 km da cidade (sentido a Cuiabá) margem esquerda do Rio Paraguai – Cáceres-MT. Foi tombada por sua importância cultural pelo governo do Estado de Mato Grosso, tendo como Resolução de Tombamento a Portaria nº 010/2007, de 2/5/2007. Foi um grande centro agropecuário, sendo considerada, em 1827, como a fazenda mais próspera da Província de Mato Grosso, com 60.000 cabeças de gado. Atualmente a antiga fazenda desenvolve atividades ligadas ao turismo cultural. Disponível em: <<http://www.ipatrimonio.org/caceres-fazenda-jacobina/#/map=38329>>. Acesso em: 20 out. 2020.