

DÁ-LHE VAQUEIRO! A VAQUEJADA COMO FESTA E OPORTUNIDADE DE EMPREENDER

ANTONIO MESSIAS VALDEVINO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

BRENA CAROLINA DE OLIVEIRA SILVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

DÁ-LHE VAQUEIRO! A VAQUEJADA COMO FESTA E OPORTUNIDADE DE EMPREENDER

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser entendido como esforços para criar novos ambientes, que podem ser econômicos, sociais, institucionais e culturais (Rindova, Barry, & Ketchen Jr, 2009). As práticas empreendedoras podem transformar a sociedade, trazer mudanças e criar sociabilidade (Hjorth, 2013). Sob a ótica do empreendedorismo buscamos analisar as vaquejadas, entendendo-as como um esporte (Felix & Alencar, 2011) e, assim como os rodeios, como patrimônio cultural.

O Senado brasileiro entendeu que “que práticas desportivas que utilizem animais não são consideradas cruéis” (Emenda Constitucional 96, 2017). Para tanto, existem regras que estabelecem os cuidados com os animais que participam desse tipo de evento. Alguns fatores foram considerados para que as vaquejadas e eventos similares fossem mantidos, dentre eles o argumento que a proibição de torneios prejudicaria trabalhadores e atividades empresariais tais como os agentes envolvidos com a competição, as produções artísticas, as criações de cavalos, comércios no entorno e negócios simultâneos, como leilões, que ocorrem paralelamente às atividades da vaquejada (Em Discussão, 2017).

A decisão de transformar ou reconhecer as vaquejadas como patrimônio cultural do Brasil dividiu opiniões. De um lado, os que a condenam apontam a existência de maus-tratos aos animais e, de outro, seus defensores questionam o legado cultural da vaquejada, bem como o seu potencial econômico e gerador de renda. Este artigo busca responder ao seguinte questionamento: quais os significados e motivações relacionados ao empreendedorismo em vaquejadas? Caracteriza-se os empreendedores como aqueles que assumem os riscos e benefícios de estruturar um negócio dentro das vaquejadas. Para responder à questão de pesquisa, faz-se uma caracterização da vaquejada enquanto competição e festa, e, a partir disso, entende-se a percepção dos empreendedores sobre ela, bem como suas motivações para empreender neste tipo de festividade.

O artigo contribui para o campo do empreendedorismo por abordar as atividades de empreendedores no contexto das festas populares, marcado pelas tradições teóricas e, no caso das vaquejadas, pelos questionamentos sociais contemporâneos e adversidades econômicas da atividade. Considerar a vaquejada enquanto festa cultural contribui para construção de uma identidade (Amaral, 1998) dos vaqueiros de forma mais específica e do nordestino de forma mais abrangente, compreender as relações entre os aspectos culturais e econômicos da festa pode desenvolver argumentos para defender sua manutenção no contexto contemporâneo, repensando suas formas e o próprio modelo econômico geral.

O artigo se divide nesta introdução, na revisão de literatura que traz os principais pontos sobre empreendedorismo em festas culturais, no método, na apresentação dos resultados e nas considerações finais.

2 AS VAQUEJADAS E AS POSSIBILIDADES DE EMPREENDER

A vaquejada moderna constitui a evolução da vaquejada de mourão. As de mourão tiveram início na década de 40, se popularizando na Bahia e no Ceará, e seu objetivo era tornar públicas as habilidades dos vaqueiros no trabalho com os animais que costumeiramente faziam nas fazendas. Eram competições simples em que os vaqueiros desafiavam uns aos outros em um espaço de chão batido e corriam um de cada vez, para puxarem o boi (Felix & Alencar, 2011).

As vaquejadas modernas acontecem em parques com a mesma finalidade que as de mourão. Como forma de competição ganhou um conjunto de regras que foram se aperfeiçoando com o tempo e que buscam atender uma atividade mercantil e competitiva do esporte, se desconectando das atividades competitivas do passado (Aires, 2008; Felix & Alencar, 2011). Dentre, elas, o boi precisa ser derrubado entre duas faixas, geralmente marcadas com cal, com largura de 6 metros, a pontuação da competição é contabilizada de acordo com a proximidade da entrada do boi na pista de corrida, além disso, os competidores correm em dupla (Félix & Alencar, 2011). Com isso, a atividade da vaquejada ficou mais profissional. As vaquejadas, rodeios e montarias em bovinos e equinos são consideradas atividades esportivas e, desta forma o peão e o vaqueiro são considerados e/ou equiparados a atletas profissionais (Lei n. 10.220, 2001). Regras gerais para a competição são denotadas no regulamento geral da vaquejada da Associação Brasileira de Vaquejada (ABVAQ) (2016). Além do aspecto esportivo, a vaquejada assume aspectos culturais e de festividade que impulsionam a economia das localidades onde estas ocorrerem.

A vaquejada, assim como a Festa do Peão Boiadeiro, pode ser considerada uma festa. Em geral, as festas buscam investir à construção de uma identidade (Amaral, 1998), retratando e denotando as vivências dos vaqueiros/boiadeiros, seus costumes, entre outros. Além disso, Amaral (1998) defende que as festas no Brasil se despontam como um modo informal de concentração e de distribuição de riquezas.

Para a ABVAQ a vaquejada se trata de uma (Art. 3, pp.2, 2016):

Atividade cultural-competitiva, com características de esporte, praticado em uma pista sobre um colchão de areia com espessura mínima não inferior a 40cm, no qual dois vaqueiros montados a cavalo têm o objetivo de alcançar e emparelhar o boi entre os cavalos, conduzi-lo até o local indicado, onde o bovino deve ser deitado.

Contudo, a vaquejada, por seu aspecto de atividade cultural, tem significado maior que este do conceito adotado pela ABVAQ. Desde 2016, a vaquejada, o rodeio e suas expressões artístico-culturais, foram elevadas à condição de manifestações da cultura nacional e de patrimônio cultural imaterial do Brasil (Lei n. 13.364, 2016). Todavia, antes de se tornar patrimônio cultural, e de ser considerada uma atividade esportiva, existem alguns questionamentos em relação às atividades da vaquejada, por exemplo os maus-tratos aos animais neste tipo de eventos.

No que tange ao assunto dos animais, as atividades desportivas que os utilizam não foram consideradas cruéis (Emenda Constitucional 96, 2017). Segundo a revista Em discussão (2017), do Senado Federal, existem muitos aspectos envolvidos, que vão desde a criação de animais para competição ao entretenimento durante tais festas, com destaque às questões culturais e econômicas. Dentre as atividades e agentes envolvidos, destacam-se os que estão presentes no Quadro 1. Quanto às discussões relacionadas a maus-tratos, existem normas às quais os vaqueiros e organizadores devem se submeter, como por exemplo a regulamentação imposta pela ABVAQ e pelas agências de desenvolvimento agropecuário local.

Atividade	Agentes Envolvidos e atividades auxiliares
A competição	Parque de vaquejada, competidores, juízes de prova, locutores, juiz do bem-estar animal, calzeiro, tratorista, porteiros, socorrista, veterinários, equipes de curral, limpeza, sonorização, filmagem e transmissão, aluguel de bois.
Comércio ao entorno	Roupas e artigos de couro, selas, hotéis e restaurantes, caçambas e caminhões
Produção artística	Cantores, grupos musicais, empresas de som, gráficas, empresas de geradores de energia elétrica.
Criação de cavalos	Produção e venda de rações, acessórios, suplementos e vacinas, tratores e outros veículos.
Negócios simultâneos	Leilões de equinos, comércio de sêmen, embriões e óvulos.

Quadro 1 - Principais atividades realizadas em vaquejadas

Fonte: Revista Em Discussão (p. 20, 2017).

A quantidade de agentes e de atividades presentes em uma vaquejada foram argumentos para que ela fosse entendida como economicamente rentável. Utilizando como exemplo a atividade de criação de cavalos, de acordo com a Associação Brasileira dos Criadores de Cavalo Quarto de Milha (ABQM) (2019), no Brasil existem 108.615 proprietários de cavalos, dos quais 54.585 são criadores e 35.553 associados. Esse número consiste um rebanho de 490.305 cavalos vivos, entre puros e mestiços, destinados a competições, dentre elas a vaquejada e os rodeios.

Em outro contexto, as vaquejadas, enquanto festas (Amaral, 1998), podem ser vistas como investimentos de fontes de lucro. Nesse aspecto, pode-se destacar as atividades desempenhadas neste tipo de festividade que envolvem várias camadas da sociedade e vários tipos de negócios. Sendo assim e entendendo que tais atividades são realizadas em um ambiente econômico, social, institucional e/ou cultural, acredita-se que as vaquejadas podem ser um espaço propício ao empreendedorismo (Rindova, Barry, & Ketchen Jr., 2009).

Rindova, Barry e Ketchen Jr (2009) afirmam que empreendedorismo já passou por várias perspectivas e entendimentos. Alguns estudiosos ligam o empreendedorismo à criação de novas organizações, criação e/ou expansão de grandes negócios, outros veem como a criação de novos produtos e mercados e tem aqueles que definem empreendedorismo como a identificação de oportunidades lucrativas. Também há outras perspectivas como a de agir, de forma individual ou em grupo, num ambiente econômico, social, institucional e/ou cultural e, neste ambiente, gerar algum efeito (Rindova, Barry, & Ketchen Jr, 2009).

Davel e Cora (2016) salientam que a produção mais abundante sobre empreendedorismo o apresenta fundamentalmente como atividade econômica, contudo há a possibilidade de se empreender culturalmente. Nesse aspecto, como entendem os autores, a cultura é contexto, repertório e meio para que o empreendedor alcance seus objetivos e o empreendedor cultural se utiliza de histórias, que funcionam como mecanismos de legitimação para empreender e para obterem acesso a apoios, investimentos, concorrentes etc..

O empreender trata-se da união do ambiente e da ação empreendedora (Anderson, 2000), uma vez que empreender está ligado ao ambiente no qual se encontra o empreendedor (Pereira, Cordeiro, Da Silva, & De Moraes Batista, 2013). Sob a interface da cultura e economia, a figura do empreendedor se socializa, assimila, interpreta e potencializa as características culturais e isto reflete sobre o modo de como estas constituem e regem seus negócios. De acordo com Pereira *et al.* (2013), como membros de sua comunidade, os empreendedores concentram-se na procura de nichos de mercado e satisfação de necessidades específicas locais. Os autores explicam que os empreendedores se destacam como agentes de

fortalecimento das economias locais, em decorrência de seu poder de promover o crescimento econômico ligado a seus negócios.

Ao entender a vaquejada como festa, observa-se que esta envolve (e deve envolver) a participação concreta de um determinado coletivo, que distribui os participantes dentro de uma determinada estrutura de produção e de consumo da festa, na qual ocupam lugares distintos e específicos (Guarinello, 2001). Nesse espaço, “os empreendedores inovam, criam valores novos e diferentes, e satisfações novas e diferentes, convertendo um material em um recurso, ou combinando recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração” (Drucker, 1986. p. 45).

Quanto ao perfil dos empreendedores, Johnson (2001) identificou doze atitudes e comportamentos essenciais do empreendedor: motivação para alcançar e competir; administrar e ser responsável; autonomia para tomar decisões; abertura a novas informações, pessoas e práticas; tolerância à ambiguidade e incerteza; pensamento criativo e flexível; habilidade para ver e capturar oportunidades; consciência de riscos, escolhas e ações; capacidade para administrar e reduzir riscos; persistência e determinação face o desafio ou a falta de recompensa imediata; capacidade de formular uma visão e de criar impacto.

Aqueles que possuem o perfil empreendedor podem possuir, dentre outras, as seguintes características: auto-eficácia, autoconfiança, proatividade, capacidade de assumir riscos calculados, autonomia, capacidade de planejar, otimismo, comportamento competitivo, capacidade de detectar oportunidades, persistência, resiliência, criatividade, independência, flexibilidade e adaptabilidade, sociabilidade, comportamento inovador e de liderança (Schmidt & Bohnenberger, 2009; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Bernardi, 2015).

O ato de empreender geralmente é intencional e motivado pela busca por oportunidades de entrar em um mercado ou vender determinados produtos (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2014). O empreendedor, apesar de correr os riscos da atividade, realiza uma ação empreendedora buscando uma recompensa segundo a sua percepção de sucesso. Essa recompensa não se limita a fatores meramente financeiros, mas também existenciais, que fazem parte das aspirações pessoais de cada empreendedor (Ribas, 2011). As intenções do empreendedor indicam a intensidade com que as pessoas desejam tentar, o quanto pretendem se esforçar para agir de uma determinada maneira. Em geral, quanto mais forte a intenção de se empenhar em um comportamento, tanto maior será a probabilidade de praticá-lo (Hisrich, Peters & Shepherd, 2014)

Existem dois tipos de empreendedorismo: aquele buscado por necessidade e o motivado por oportunidade (Dornelas, 2016). Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e precisam abrir um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Já os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego. Eles têm níveis de capacitação e escolaridade mais altos e empreendem para aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho.

De acordo com os dados do Relatório Global Entrepreneurship Monitor. (GEM) de 2018, vinculado ao Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, no Brasil 38% dos adultos entre 18 e 64 anos possuem um empreendimento (Cunha et al., 2018). A maioria do empreendimentos têm como setor de atividade predominante a prestação de serviços que tem como cliente principal o consumidor final (Cunha et al., 2018), como os voltados para alimentação, bebidas, lojas físicas e virtuais, etc. Quanto ao gênero, o relatório GEM informa que, enquanto em estágio inicial do negócio, a diferença entre homens e mulheres é mínima, sendo 51,3% empreendedores masculinos. Porém, conforme o empreendimento passa a estágio estabelecido, as mulheres tendem a ser menos ativas nessas atividades (Cunha et al., 2018).

Empreendedores podem ter diversos objetivos ao empreender, como ficar rico com seus negócios, ter autonomia, ter uma vida diferente entre outros (Salim, Nasajon, Salim & Mariano,

2004). No entanto, o empreendedor pode enfrentar inesperados ao tentar alcançar seus objetivos e ser surpreendido com a necessidade de muitas horas de trabalho e dedicação (Bernardi, 2015). No Brasil, uns dos principais problemas para o ato de empreender também são as burocracias existentes nos processos para abrir um negócio (Cunha, Onozato, Guimarães, Bastos Junior & De Souza, 2018) e o alocamento de um ponto físico. Apesar das dificuldades em abrir um negócio, o brasileiro tem vocação natural para empreender

A vaquejada como uma festa, um patrimônio cultural, oferece também possibilidades de se empreender. Assim, este trabalho busca entender como o empreendedorismo ocorre nesse contexto. Para isso, explica-se a seguir os passos adotados para alcançar esse objetivo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho parte de evidências empíricas para demonstrar como ocorrem as atividades empreendedoras em vaquejadas. Para tanto, realizou-se uma pesquisa com abordagem qualitativa (Pratt, 2009), adotando como estratégia de pesquisa o estudo de caso (Yin, 2010) e como objeto de estudo a 44ª Vaquejada de Caririçu/CE. A escolha dos entrevistados ocorreu por acessibilidade e conveniência. A vaquejada ocorreu entre os dias 17, 18 e 19 de agosto do ano de 2018 e a coleta dos dados foi realizada, por um dos autores, neste período. As técnicas utilizadas em estudos de caso, em geral, são observação dos acontecimentos e entrevistas com as pessoas diretamente envolvidas (Yin, 2010).

Antes de proceder com a captura dos dados, fez-se uma negociação prévia para obtenção da autorização do então gestor da Secretaria Municipal de Administração da Prefeitura Municipal de Caririçu. Quando autorizado, procedeu-se com a coleta de dados, a fim de se entender a estrutura da vaquejada e a percepção daqueles que decidiram empreender naquele evento. Para compreensão do fenômeno, decidiu-se entrevistar os organizadores da festa e os empreendedores (Quadro 2) para captar informações e entender as características da festa, o perfil dos empreendedores, a percepção dos empreendedores sobre as vaquejadas e as suas motivações para empreender.

Foram realizadas 17 entrevistas, seguindo roteiro semiestruturado (Creswell, 2007), sendo os dois primeiros os responsáveis pela organização geral da festividade, dentre as atividades desempenhadas por eles, constam a escolha das programações artísticas e culturais que comporia, dentre outros, as festas dançantes no período noturno. Os demais pesquisados, são sujeitos que utilizam a vaquejada como oportunidade de empreender, expondo seus produtos nos arredores do parque de vaquejada.

As entrevistas ocorreram com os organizadores na residência do Entrevistado 1. Os demais 15 sujeitos tiveram seus dados coletados no local onde suas barracas estavam instaladas. Foram feitos registros em áudio, foto, vídeo e notas de campo. Os áudios foram transcritos e são apresentados literalmente. Para as análises, utilizou-se análise de conteúdo (Gonçalves, 2016; Mozzato, & Grzybovski, 2011).

Organizadores – Prefeitura Municipal de Caririaçu		
Sujeito	Cargo	Gestão
Entrevistado 1	Prefeito	2017-2020
Entrevistado 2	Secretária Municipal de Educação, Cultura e Esporte	2017-2020
Empreendedores		
Sujeito	Tipo de empreendimento	Tempo de empreendimento em vaquejadas
Entrevistado 3	Barraca de bebidas	10 anos
Entrevistada 4	Barraca de comida	32 anos
Entrevistado 5	Banca de doces e salgadinhos	3 anos
Entrevistada 6	Barraca de bebidas	30 anos
Entrevistada 7	Barraca de comida e bebidas	20 anos
Entrevistado 8	Barraca de acessórios (bonés, chapéus)	20 anos
Entrevistada 9	Barraca de bebidas	3 anos
Entrevistado 10	Barraca de comida	25 anos
Entrevistado 11	Barraca de comida	36 anos
Entrevistada 12	Banca de bombons	10 anos
Entrevistado 13	Barraca de bebidas	15 anos
Entrevistado 14	Barraca de bebidas	12 anos
Entrevistado 15	Ambulante – caixinhas de som, <i>pen drive</i> , carregador portátil	Não especificado
Entrevistado 16	Barraca de brinquedos	20 anos
Entrevistado 17	Barraca de acessórios (bonés, chapéus)	5 anos

Quadro 2 - Perfil dos sujeitos

Fonte: elaborado pelos autores (2019).

4 RESULTADOS

Nesta seção se apresentam os resultados da pesquisa. Inicialmente caracteriza-se a vaquejada, para que em seguida sejam apresentados o perfil dos empreendedores e as suas motivações para empreender neste tipo de festividade.

4.1 A 44ª Vaquejada de Caririaçu-CE

A festa envolve a participação concreta de um determinado coletivo, que distribui os participantes dentro de uma determinada estrutura de produção e de consumo (Guarinello, 2001). Pode-se dizer que a Vaquejada atende a tais pressupostos, uma vez que busca atingir um

determinado público, bem como integra uma tradição da comunidade, conforme explica o Entrevistado 1:

Primeiro é uma tradição, uma tradição que, principalmente aqui do Nordeste, aqui do Cariri, que nós não podemos deixar morrer. . . hoje mesmo tem a tradição da escolha da rainha da vaquejada, que isso vem de muitos anos e vai ser realizado hoje sete horas da noite onde no meio de doze garotas é escolhida através de um júri é escolhida a rainha da vaquejada. . . então juntamente com a escolha da rainha da vaquejada aí nós vamos a partir de amanhã, dia 18, a comemoração dos 142 anos de de emancipação política, 142 anos de aniversário de nosso município.

A vaquejada faz parte dos festejos alusivos ao aniversário da cidade (Figura 1) e ocorre todos os anos, sempre no mês de agosto. O Entrevistado 1 explica que a festa é uma atração à população da cidade, que em sua maioria são agricultores, residem na zona rural e tem o costume de criar animais. Assim, a festa é disseminada aos participantes dentro de uma determinada estrutura de produção e de consumo, na qual ocupam lugares distintos e específicos (Guarinello, 2001).

FESTA DO MUNICÍPIO
17, 18 E 19 DE AGOSTO - 2018

142 ANOS DE EMANCIPAÇÃO

44ª VAQUEJADA DE CARIRIÁÇU CEARÁ

17 MIL EM PRÊMIOS

DIA 17
NAMORO NOVO
GILBERTO MOURA
FLÁVIO LEANDRO

DIA 18
FÁBIO CARNEIRINHO
FORRÓ DO MOVIMENTO
SOUSA COBRA
FORROZÃO MANDA BRASA

DIA 19
GANINANA DO FORRÓ
PAULO SAMPAIO E
BLINTON GOMES
VALDYN E TAMIY SILVA
FARRA DA CHEFIA

-ATRAÇÕES CULTURAIS-

-SÁBADO, DIA 18-
17H: JATOBÁ DOS TECLADOS
18H: DÃO DOS ANJOS
19H: ACORDES DO FORRÓ

-DOMINGO, DIA 19-
15H: NÓ CEGO
16H: JOAQUIM JANUÁRIO
17H: PEDIM CANTOR E ANDERSON
18H: ALCEL MEDEIROS
19H: RILDO E FARRA DO PEGADOR
20H: LUQUINHAS TUBARÃO

Realização: Prefeitura de Caririáçu Governando Para o Povo

Compareça com toda sua família!

Figura 1 - Anúncio da 44ª Vaquejada de Caririáçu - Ceará

Fonte: Prefeitura Municipal de de Caririáçu (2018).

Além da vaquejada, ocorrem outros eventos paralelos para comemorar o aniversário da cidade, como corridas e missas. Todavia, a vaquejada é o evento que tem a maior duração e relevância no contexto da cidade. Nesse ponto, é importante frisar que na região do Cariri

Cearense é comum a realização de vaquejadas em períodos de comemoração de aniversários das cidades.

A Entrevistada 2 explica que há motivações sociais para a realização da vaquejada:

É um momento . . . histórico, é um momento dessa participação dessa união dessa vivência disso, né, que tem aquela questão também, vem a tradição, a questão de bandas e tudo e é um momento de encontro de toda a sociedade. . . um momento de interação, de encontrar amigos e tudo, é um momento de festa, de alegria.

Existe uma sequência de atividades que são realizadas antes, durante e depois da vaquejada. Tudo começa com a preparação do parque de vaquejada para receber a estrutura da festa que vai desde a competição à realização das festas dançantes. Monta-se o palco e são alocados os espaços para os barraqueiros, nos arredores do palco, para disporem os seus produtos durante os três dias de festa.

Os barraqueiros, entendidos nesta pesquisa como empreendedores, montam os seus negócios (Figura 3) antes do parque ser aberto ao público e desmontam depois de terminadas as festividades. Para poderem utilizar o espaço da vaquejada como ponto de venda, esses empreendedores precisam firmar contrato antecipadamente com a coordenação da vaquejada, realizando o pagamento de uma taxa que varia entre 200 e 1200 reais, a depender do local onde a barraca é alocada, bem como do seu tamanho. O processo de alocação do espaço de venda muitas vezes torna-se burocrático (Cunha et al, 2018), conforme o entrevistado 13.

A parte burocrática, às vezes não tem ponto, local certo, umas pessoas que querem mandar mais que o organizador, muitas vezes isso atrapalha um pouco, mas quando tem um bom coordenador resolve rápido a situação.

O preparo para a competição também é feito antes. O parque é organizado, os animais chegam antes e são colocados em currais dentro dele. Os materiais, sejam eles de apoio (sonorização, filmagem, entre outros) ou para a realização das atividades também ficam prontos antecipadamente, a exemplo a pista de competição (Figura 2).



Figura 2 - Pista de competição

Fonte: Dados da pesquisa (2018).



Figura 3 - Empreendedores montando seus negócios

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Depois de pronto, o espaço é aberto e recebe públicos distintos, desde competidores a espectadores (que vão assistir à competição ou participar da festa dançante). Em geral, o parque funciona 24 horas, sendo que as competições são realizadas, na maioria das vezes, durante o dia e início da noite. No primeiro dia de festa ocorre o concurso da Rainha da Vaquejada, como explica o Entrevistado 1, que permanece com a vencedora por um ano, quando ocorre a troca de faixas (Figura 4).



Figura 4 - Candidatas ao título rainha da vaquejada 2018 e Rainha da Vaquejada 2018

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Depois da escolha, dá-se início às festas dançantes. E nesse espaço, cheio de símbolos, tradições há as possibilidades de negócios. O Entrevistado 1 explica que há um saldo positivo haja vista o aumento do número de visitantes que frequentam a festa e assim a geração de negociações entre as pessoas que participam da festa e aqueles que decidem empreender nela. A festa fomenta ainda o comércio no entorno do parque:

É um grande ganho para o município porque, além do dinheiro que é deixado aqui pelos visitantes que vem os três dias, participar da festa, os três dias é eles tão injetando na nossa cidade, então para os comerciantes é muito bom, eu vendo essa semana as lojinhas que vende confecções aqui no município, todo esse pessoal quer comprar uma roupa nova, um calçado novo, então entra dinheiro no município, então, entra renda no município.

Assim, nesse aspecto vê-se que a vaquejada pode ser entendida como um evento cultural, uma festa, que fomenta a geração de renda (Amaral, 1998). Então, a partir dessa contextualização inicial sobre as características da vaquejada de Carriacçu, no Ceará, que atende às regulamentações da ABVAQ, bem como da Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Ceará (Adagri), evidencia-se na próxima seção, a percepção daqueles que decidem empreender nesse tipo de festas.

4.2 O Perfil dos Empreendedores em Vaquejadas

Considerando as atitudes e características dos empreendedores (Johnson, 2001; Schmidt & Bohnenberger, 2009; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Bernardi, 2015), percebe-se que os empreendedores de vaquejada não possui muitas das características e atitudes em seu perfil. Isso deve a sua própria atuação, pois alguns são ambulantes e atuam no comércio informal (entrevistados 6, 7, 12, 13).

Apesar da presença da informalidade, os sujeitos selecionados para a pesquisa tem grande experiência em empreender em vaquejadas, sendo que os que atuam há menos tempo (entrevistados 5, 9 e 17) tem 3 anos, os dois primeiros, e 5 anos o último. Aqueles que têm maior experiência atuam há 32 e 36 anos (Entrevistados 4 e 11, respectivamente). o tempo de atuação pode ser visto como uma persistência na vaquejada, visto que as vendas nessas festas tem mudado ao longo do tempo, conforme o relato do entrevistado 16.

Em termo de venda caiu no muito, na verdade eu tô observando, inclusive agora eu tô vindo de Sousa (PB) numa vaquejada, numa inauguração de um parque lá muito grande, e o fluxo de venda muito pouco, então assim, eu acho que realmente caiu tudo, o movimento caiu tudo.

No que tange a organização das atividades, somente a entrevistada 12 informou ter um planejamento formal e atuar em equipe nas festas (Rindova, Barry, & Ketchen Jr., 2009). Alguns entrevistados atuam não somente nas vaquejadas, mas em diversas outras festas culturais da região ou mesmo de outros estado (entrevistados 3, 11, 13, 16, 17), o que demonstra a habilidade destes em ver e capturar oportunidades de negócios e ter proatividade em suas atividades. Contudo, aqueles que direciona seus esforços somente para as vaquejadas reconhecem os riscos possíveis caso a festividade tenha um fim (entrevistados 10, 17,12).

Em relação ao gênero, a maioria dos sujeitos entrevistados são homens. Das 15 entrevistas realizadas, apenas cinco foram com empreendedoras do sexo feminino. De modo geral, nesse nicho de negócios, os empreendimentos são no ramo de alimentação e bebidas, havendo também, em menor proporção, comercialização de adereços e acessórios típicos da festa, como chapéus, bonés, camisetas, entre outros, e barracas de brinquedos. Assim, a oferta dos itens comercializados na vaquejada atendem toda a família.

4.3 A Vaquejada para os Empreendedores

As vaquejadas tem vários significados para aqueles que decidem empreender. Selecionou-se algumas falas dos sujeitos entrevistados para o estudo, em que cada um deles denota a forma de como a veem. As entrevistadas 4 e 7 apontam aspectos relacionados com possibilidade de lucrar, gerar negócios, o que corrobora com uma visão mais economicista do empreendedorismo (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2014). Outros sujeitos relatam outros aspectos da vaquejada que vão para além de uma oportunidade de negócios. Eles percebem a vaquejada como um esporte, como festa que é capaz de atrair público e como algo inerente a uma cultura (Davel & Cora, 2016), que traz alegria e diversão (entrevistados 8, 11 e 12, respectivamente) .

Para mim é um evento que é bom para os vaqueiros, né, só não é bom para os animais, mas para os vaqueiros é maravilhoso e para nossa cidade que é cultura já, a vaquejada, então, para nós é um evento é, como se diz assim, lucrativo (Entrevistada 4).

Eu venho vender, mas aí eu acho bom vir também para vaquejada, num sabe, eu venho vender mais pra eu poder vim pra vaquejada, aí a gente curte as duas coisas, né, agora é muito bom a vaquejada porque vem gente de todo canto, todo mundo gosta e é uma coisa só assim, uma coisa assim, né, um monte de coisa, só a vaquejada, aí é bom (Entrevistada 7).

Vaquejada pra mim além de ser o meu, como é que se diz, o meu meio de vida é um esporte genuinamente nordestino que nasceu no Nordeste e que cresce em todo Brasil e gera emprego e para a gente que trabalha em vaquejada é tudo de bom (Entrevistado 8).

A vaquejada na região do Ceará é uma das melhores atrações que existe em termos de tudo, né, de público, de investimento de trabalho, atrai mais trabalho para os barraqueiros, para o vaqueiro, é isso aí, é isso aí o momento da vaquejada. (Entrevistado 11)

Uma vaquejada assim, pra região aqui do Cariri, do Nordeste, é uma festa eu acredito que seja folclórica, assim, de muita alegria, de muita diversão, e que nessa festa inclui um um, vamos dizer, nem vou lhe responder que seja uma brincadeira com animais, mas que os animais participam dessa festa, né? (Entrevistada 12)

É natural que cada pessoa presente no espaço de empreendimento o veja de forma diferente. A Figura 5 demonstra como os sujeitos percebem a vaquejada.

Categoria	Sujeitos
Esporte	3, 5, 10, 13, 15 e 16
Cultura	3, 4, 13 e 17
Renda	4, 5 e 15
Oportunidade de empreender	6, 7, 8, 11 e 15
Diversão/Festa	7, 9, 12 e 14
Trabalho	8, 9, 10, 14 e 16

Figura 5 - Percepção dos empreendedores sobre a vaquejada

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A vaquejada é entendida por muitos como um esporte (ABVAQ, 2016; Felix & Alencar, 2011) e como festa (Amaral, 1998). Como apontado anteriormente, ela se trata de um misto de atividades que se completam, no caso, existe a competição e os outros elementos que a complementam, como as atrações artísticas do cenário local e nacional, os concursos, etc. Alguns dos sujeitos também a reconhece como elemento integrante da cultura, uma festa que para eles pode ser uma possibilidade de diversão, trabalho, renda e oportunidade de empreender e isso direta e/ou indiretamente colabora à formação de fatores motivadores para que eles empreendam, como discutido na seção seguinte.

4.4 AS MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER EM VAQUEJADAS

Assim como a percepção do que seja uma vaquejada difere de sujeito para sujeito, as motivações para investir na festa e os objetivos que esses empreendedores almejam também são distintos (Ribas, 2011). Capacidade de gerar emprego e renda para as pessoas da região (Pereira et al., 2013), possibilidade de renda extra, fazer parte de integrar uma festa cultural (Davel & Cora, 2016) são algumas das motivações enfatizadas pelos entrevistados, como demonstradas nas falas dos entrevistados 4, 12, 13 e 15, abaixo. A Figura 6 faz uma síntese das motivações apontadas pelos sujeitos.

Eu não empreendo só numa vaquejada. É por conta disso que eu tô, eu adoro ajudar as pessoas, então eu tô dando emprego a cinco, seis, oito, dez pessoas dependendo do movimento da vaquejada. E toda vaquejada quando termina, todo evento quando termina eu sempre faço um empreendimento [investimento], eu compro um terreno, eu compro uma moto, eu faço alguma coisa (Entrevistada 4).

A importância do trabalho pra mim hoje não é só na vaquejada, porque a gente trabalha em todas as festas, entendeu, mas mas como nesse período de julho, a partir de julho até outubro e novembro que existe essa festa da vaquejada nas cidades, é mais uma que a gente vai buscar na verdade o pão de cada dia, né? (Entrevistada 12).

Questão da cultura né, e a parte financeira também, por que quando a festa é bacana dá pro caba ganhar um dinheiro bom. . . Não existe evento sem a parte dos barraqueiros, o que seria de um evento desses sem o pessoal das barracas? O próprio organizador não tem como tomar de conta de tudo não, aí o barraqueiro é fundamental nesse ponto, não só em vaquejada mas em qualquer evento. (Entrevistado 13).

Cara, é bom, dá muita gente, né, a gente tira muito dinheiro, então é uma oportunidade pra gente que trabalha nesse mercado informal, ganhar um dinheiro para ir sobrevivendo (Entrevistado 15).

Motivações	Sujeitos
Fazer amizades, conhecer pessoas	3 e 11
Oportunidade de renda extra	3, 7, 13 e 15
Geração de emprego e renda	4
Possibilidade de contribuir com a festa	4
Vaquejada como ocupação ou trabalho e fonte de renda	5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 16 e 17
Apego à vaquejada enquanto festa	7, 9, e 14
Possibilidade de divertir-se	11
A percepção da vaquejada como elemento cultural	13
Fazer, integrar, a festa	13
Gostar de empreender	14

Figura 6 - Motivações para empreender em vaquejadas

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Dos entrevistados, percebeu-se que alguns dos empreendedores (entrevistados 5, 6, 7, 14, 16) começou a empreender na vaquejada por necessidade (Dornelas, 2016), conforme fala do entrevistado 15.

[...] porque ave maria, nós aqui nordestino, nós depende da vaquejada pra tudo, nós depende dele pra tudo, assim, primeiramente Deus, depois a vaquejada que tem sempre, é um evento que tem sempre em alguma cidade, então pra nós, principalmente pra nós que mexe como camelô, vendedor ambulante e tal, nós depende disso aí.

Os demais entrevistados acabam procurando esses espaços de vendas para complementar sua renda, ou ainda por ver o trabalho como essencial para a sua existência: “[...] se eu não vinher (sic) eu adoço” (Entrevistada 7).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou compreender o significado das vaquejadas para empreendedores, e suas motivações para empreender. Para que isso fosse possível, fez-se inicialmente uma caracterização da vaquejada, partindo da literatura e de um caso empírico. Ademais, utilizando a vaquejada como campo de atuação para empreendedores, demonstrou-se o perfil dos sujeitos que empreendem e suas motivações para empreender neste tipo de festividade.

A vaquejada tem vários significados, considerando a percepção dos sujeitos pesquisados neste estudo. Ela é vista como competição, festa, oportunidade de negócios e, por isso, capaz de gerar ocupação, trabalho e renda. Além disso, por estar em um ambiente de festa e interagirem diretamente no processo, eles também se divertem enquanto que, para eles, estão no seu ambiente de trabalho.

Tais condições funcionam como um dos fatores que os motivam a estarem presente na festividade. A maioria deles já empreende há pelo menos uma década, e percebe a festa como uma oportunidade de, em alguns casos, sustentar a si e a família. A vaquejada é competição, é festa e os barraqueiros que ali empreendem gostam, em sua maioria, de estar lá.

As entrevistas realizadas com os empreendedores ocorreram no parque de vaquejada, no exercício das atividades deles e isso influenciou o tempo de coleta, sendo as entrevistas, em geral, curtas, e isso foi entendido como fator limitante desta pesquisa. Uma solução a ser adotada em pesquisas futuras seria a adoção de um método de pesquisa que não necessariamente precisasse se utilizar de entrevistas ou, realizar entrevistas em ambiente distinto ao que as vaquejadas são realizadas.

REFERÊNCIAS

Aires, F. J. A. (2008). *O “espetáculo do cabra-macho”*: um estudo sobre os vaqueiros nas vaquejadas no Rio Grande do Norte (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. Recuperado de: <http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/handle/123456789/12253>

Amaral, R de C de M. P. (1998). *Festa à Brasileira: significados do festejar, no país que “não é sério”* (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21102004-134208/pt-br.php>

Anderson, A. R. (2000). Paradox in the periphery: An entrepreneurial reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(2), 91-109.

Associação Brasileira de Vaquejada. (2016). Regulamento Geral da Vaquejada. Recuperado de: <http://abvaq.com.br/app/webroot/documentos/regulamentogeraldevaquejada20172018.pdf>

Associação Brasileira dos Criadores de Cavalo Quarto de Milha. (2019). Estatísticas gerais. Recuperado de: <https://servicosonline.abqm.com.br/estatistica>

Bernardi, L. A. (2015). *Empreendedorismo e armadilhas comportamentais: causalidades, emoções e complexidade*. São Paulo: Atlas.

Cunha, C. R., Onozato, E., Guimarães, M. L., Bastos Júnior, P. A., & De Souza, V. L. (2018.). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2018 - Global Entrepreneurship Monitor. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)*. Recuperado de: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>

Davel, E., & Cora, M. A. J. (2016). Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. *Políticas Culturais em Revista*, 9(1), 363-397.

Dornelas, J. (2016). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. São Paulo: Atlas.

Druker, P. F. (1987). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Pioneira.

Emenda constitucional, n 96, de 06 de junho de 2017. Acrescenta § 7º ao art. 225 da Constituição Federal para determinar que práticas desportivas que utilizem animais não são consideradas cruéis, nas condições que especifica. Recuperado de: <https://legis.senado.leg.br/norma/17703519>

Em Discussão. (2017). Senado discute natureza cultural da vaquejada. *Revista em Discussão*, 8(31), 8-23. Recuperado de:

https://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/vaquejada/@_@images/arquivo_pdf/

Felix, F. K. L., & de Alencar, F. A. G. (2011). O vaqueiro e a vaquejada: do trabalho nas fazendas de gado ao esporte nas cidades. *Revista Geográfica de América Central*, 2, 1-13.

Gonçalves, A. T. P. (2016). Análise de conteúdo, análise do discurso e análise de conversação: Estudo Preliminar sobre Diferenças Conceituais e Teórico-Metodológicas. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 17(2), 275-300.

Guarinello, N. L. (2001). Festa, trabalho e cotidiano. In *Festa : Cultura & sociabilidade na América Portuguesa*. São Paulo: HUCITEC/ EDUSP/ FAPESP/ Imprensa Oficial.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo* (9. ed). AMGH Editora.

Hjorth, D. (2013). Public entrepreneurship: Desiring social change, creating sociality. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(1-2), 34-51.

Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations. *Industrial and commercial training*, 33(4), 135-140.

Lei n. 10.220, de 11 de abril de 2011. Institui normas gerais relativas à atividade de peão de rodeio, equiparando-o a atleta profissional. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/L10220.htm

Lei n. 13.364, de 29 de novembro de 2016. Eleva o Rodeio, a Vaquejada, bem como as respectivas expressões artístico-culturais, à condição de manifestação cultural nacional e de patrimônio cultural imaterial. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13364.htm

Mozzato, A. R.; Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747.

Pereira, G. D. F., Cordeiro, A. T., da Silva, M. A. P., & de Moraes Batista, M. (2013). Empreendedorismo regional: um olhar sobre a identidade cultural em narrativas locais. *Revista de Negócios*, 18(2), 3-26.

Pratt, M. (2009). From the editors. The lack of a boilerplate: tips on writing up (and rewriting) qualitative research. *Academy of Management Journal*, 52, 856-862.

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.

Ribas, R. (2011). A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. *Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA*, 5(1).

Rindova, V., Barry, D., & Ketchen Jr, D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of Management Review*, 34(3), 477-491.

Salim, C. S., Nasajon, C., Salim, H., & Mariano, S. (2004). *Administração empreendedora: teoria e prática usando estudos de casos*. Rio de Janeiro: Campus.

Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467.

Yin, R. K (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (4. ed). Porto Alegre: Bookman.