

Território e economia do turismo no Brasil meridional: ensaio sobre o percurso turístico da Serra Gaúcha, realçando o caso de Gramado*

Territory and tourist economy in Southern Brazil: essay on the trajectory of tourism in the Serra Gaúcha, underlining the case of Gramado

Hoyêdo Nunes Lins**

Resumo: Baseado em pesquisa bibliográfica e documental, o artigo aborda a experiência “territorial-turística” do Município de Gramado, destaque no turismo da Serra Gaúcha, procurando argumentar que, se a emergência desse setor é inseparável dos atributos regionais existentes, sua própria expansão acrescentou uma nova característica nas particularidades locais, autorizando referir à área em termos de território turístico. Também se procura assinalar que a orientação rumo ao turismo de eventos, modalidade que passou a outorgar grande visibilidade a Gramado, representou uma espécie de construção conjunta, de índole comunitária, calcada em entendimento aparentemente coletivo sobre o papel do turismo na economia da localidade, embora conflitos de interesse e contradições não estejam ausentes.

Palavras-chave: Territórios turísticos. Serra Gaúcha. Gramado. Ações coletivas.

Abstract: Based on bibliographic and documentary research, the article looks at the “territorial-touristic” experience of the Municipality of Gramado, which excels touristically in the *Serra Gaúcha*. The intent is to argue that, although the emergence of this sector is inseparable from the existing regional attributes, its expansion added a new characteristic to the local particularities, authorizing reference to the area in terms of tourist territory. It is also intended to point out that the orientation towards events tourism, allowing undeniable prestige for Gramado, meant a kind of joint construction, at the community level, based on a collective understanding about the role of tourism for the local economy, although conflicts of interest and contradictions are not absent.

Keywords: Tourist territories. Serra Gaúcha. Gramado. Collective actions.

JEL: Z32. R11.

* Submissão: 18/06/2020 | Aprovação: 21/12/2020 | DOI: 10.5380/re.v43i80.74574

** Professor dos programas de pós-graduação em Economia e em Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil | ORCID: 0000-0001-7438-2951 | E-mail: hnlins55@gmail.com



1. Introdução

Os anos 1980 e 1990 testemunharam um renovado interesse pelos processos territoriais de desenvolvimento econômico. Isso não passou despercebido de Storper (1995), por exemplo, que assinalou presenciar um ressurgimento das economias regionais, circunstância na qual agendas de pesquisa sobre a dimensão espacial do desenvolvimento foram promovidas em diversos meios.

O setor de turismo, de forte expansão no mundo desde meados do século XX, não deixou de figurar nesses estudos. Seu papel econômico tornou-se frequentemente perscrutado, assim como o tema das trajetórias das destinações turísticas, estudado em abordagens que sublinham a importância da cooperação e das ações coletivas entre os agentes envolvidos. Diversas experiências sugerem que condutas colaborativas podem inclusive ajudar na valorização de atributos ligados à história, à cultura ou ao meio ambiente, aumentando a atratividade turística incrustada e as possibilidades em emprego e renda.

Os resultados dessas pesquisas podem orientar o olhar quando se tenta produzir conhecimento sobre o turismo e suas relações com a economia e a sociedade em locais específicos. É de um olhar desse tipo que se trata neste artigo, estribado em pesquisa bibliográfica e documental, tendo como foco a Serra Gaúcha. O objeto principal é a experiência “territorial-turística” do Município de Gramado, destaque no turismo de uma região há muito inscrita em roteiros de viajantes que buscam lazer.

Pretende-se argumentar que o turismo emergiu na área devido aos atributos existentes (ligados ao meio físico, à história e à cultura), e que o surgimento desse setor significou a incorporação de uma nova característica – a destacada incidência do turismo, justamente – àquele leque de particularidades: um território turístico foi, assim, constituído. Também se quer mostrar que a opção pelo turismo de eventos, base da grande visibilidade atingida por Gramado nas últimas décadas, representou uma construção conjunta, de índole comunitária, calcada em entendimento coletivo sobre o papel do turismo na localidade, ainda que, tratando-se de relações sociais, o empreendimento não se mostre esvaziado de disputas de interesses e mesmo de conflitos.

O texto possui cinco seções, incluindo a introdução e as considerações finais. A seguir fala-se sobre território e turismo em termos teóricos, tangenciando as referências conceituais da abordagem. Depois caracteriza-se a região serrana do

Rio Grande do Sul como espaço turístico, ressaltando as bases e a evolução do setor. Na quarta parte, a mais extensa, destaca-se a experiência de Gramado quanto à construção de um território turístico e à orientação estratégica em direção ao turismo de eventos.

2. Território e turismo: referências para a abordagem

Para demarcar o campo deste estudo, apresentam-se alguns aspectos dos debates sobre o par de questões situadas no centro da pesquisa. De um lado, o sentido de território. De outro, a problemática do turismo.

2.1 Território, uma aproximação

A literatura sobre a dimensão espacial do desenvolvimento, crescente em volume e diversificação analítica desde o Segundo Pós-Guerra, registra nas últimas décadas uma recorrente presença do termo território. Essa incidência significa atribuição de importância – na reflexão sobre o desenvolvimento e na formulação de políticas de promoção – a aspectos históricos e geográficos, de uma parte, e culturais e institucionais, de outra.

Têm destaque na percepção do território as interações sociais num certo âmbito geográfico, pois a situação de proximidade é importante para a configuração territorial. Considerado por Pecqueur (2009a) um espaço coletivamente percebido e vivido, o território “[...] designa um tipo de disposição de elementos contíguos que correspondem a [...] recursos materiais e/ou simbólicos, incluindo a própria contiguidade, para os seres que o pensam ou praticam como tal” (DEBARBIEUX, 2009, p. 22, tradução nossa).

Na literatura, embora haja formulações com particularidades ligadas às características dos processos estudados, uma sugestiva visão sobre o que significa território é a que realça “[...] a ‘sedimentação’, em áreas locais, de fatores históricos, sociais e culturais, específicos e inter-relacionados, que geram processos de desenvolvimento significativamente diferenciados por conta [...] de especificidades locais” (GAROFOLI, 1993, p. 24, tradução nossa). Nessa perspectiva, particularidade e inter-relação – remetendo, pela ordem, à diferenciação e à complementaridade – são traços importantes a serem considerados na reflexão sobre o desenvolvimento nesse nível.

Além de espaço vivido e percebido, o território é igualmente espaço produzido. Tal entendimento considera a expressão da vontade, isto é, as iniciativas que plasam o ambiente físico em sintonia com um projeto. Observe-se que a base da construção do território é o espaço, mas este não se confunde com aquele, precedendo-lhe. Com efeito, o território “É uma produção, a partir do espaço” (RAFFESTIN, 1993, p. 144), e isso inscreve-se num campo de poder: segundo Raffestin (1993, p. 158-159), “Os homens ‘vivem’ [...] o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações existenciais e/ou produtivistas. [...] todas são relações de poder, visto que há interação entre os atores que procuram modificar tanto as relações com a natureza como as relações sociais.” Assim, a construção no espaço sempre expressa uma imagem de território, âmbito de interações de poder.

Termo pleno de significado a esse respeito é territorialização, evocando a intencionalidade quanto à “[...] estruturação do território, ou sua reprodução ou ainda a subversão de um território existente” (DEBARBIEUX, 2009, p. 29, tradução nossa). Sobressai nisso a “[...] territorialização das coordenações, fabricando o território e instaurando relações de territorialidade entre os homens [...]” (PECQUEUR, 2009a, p. 209, tradução nossa). Com efeito, como já assinalado, “[...] o território não é somente um espaço postulado e pré-delimitado [...]. O território é, também, e talvez, sobretudo, o resultado de um processo de construção e de delimitação efetivado pelos atores” (PECQUEUR, 2009b, p. 96).

Esse movimento abrange a ativação de recursos compartilhados e intransferíveis, em dinâmica representativa da sua transformação em ativos territoriais (PECQUEUR, 2005). A análise da produção do território nesses termos tem na noção de cesta de bens e serviços um útil instrumento. Tal expressão remete à execução de estratégias locais que contemplem uma “[...] oferta ao mesmo tempo compósita (combinando vários bens e serviços) e localizada (vinculada a um espaço particular, à sua cultura e sua história)” (PECQUEUR, 2001, p. 46, tradução nossa). Por exemplo, alimentos específicos, disponibilizados como resultados de práticas que incluem, articuladamente, produção primária e processamento agroindustrial, impregnadas de aspectos históricos, culturais e socioambientais, podem integrar essa oferta, conforme as abordagens sobre sistemas agroalimentares localizados (REQUIER-DESJARDINS, 2002).

De algum modo, essa noção de cesta de bens e serviços parece compatível com o que se debate presentemente em termos de *nested markets* (mercados imersos ou, numa tradução mais literal, mercados aninhados). O foco são os novos e diferenciados produtos e serviços surgidos por conta das pressões da globalização sobre o mundo rural. Sua comercialização ocorre em novos mercados, designados *nested markets*, os quais “[...] são parte dos mercados maiores, porém diferenciam-se destes em sua dinâmica, suas inter-relações, formas de governança, diferenciais de preço, mecanismos de distribuição e impacto geral” (PLOEG, 2015, p. 17, tradução nossa). Os benefícios para os produtores envolvidos são comuns; esses mercados permitem o acesso dos consumidores a produtos diferenciados e preços melhores aos produtores, dando-lhes maior segurança, além de representarem freio a comportamentos oportunistas.

Estudados em diferentes países, conforme Ploeg, Jingzhong e Schneider (2012), esses novos mercados escoram-se na presença de recursos utilizados de forma compartilhada pelos atores (*common-pool resources*), o que lhes outorga benefícios conjuntos. O leque desses recursos é amplo: “[...] abrangem elementos materiais e também sociais. [...] podem ser recursos naturais combinados com regras específicas que regulam o seu uso; e igualmente recursos feitos pelo homem e/ou não materiais. [...] sempre dependem de noções compartilhadas e normas (parcialmente institucionalizadas em regras específicas); portanto, baseiam-se em, e criticamente assumem, redes sociais.” (PLOEG, 2015, p. 34, tradução nossa).

Espaços que registram, nos termos do debate sobre *nested markets*, iniciativas de diversificação e diferenciação produtiva, com surgimento desses novos mercados, refletindo intenção ou projeto, hão de constituir territórios. Os *common-pool resources*, centrais nesse debate, representariam atributos importantes nessa construção.

2.2 Turismo e território

O turismo não deixa de figurar, segundo a literatura, nas cestas de bens e serviços territoriais, a depender dos atributos existentes. Sua manifestação pode ser interdependente e complementar em face de outras ofertas das regiões, influenciando o tecido produtivo e as interações sociais nessa escala. Com efeito, onde há atrativos, ligados ao espaço que estriba a construção territorial ou produzidos nessa construção, o turismo – em variadas modalidades (turismo de

praia, rural, histórico, cultural, ecológico, de eventos) – tende a se incorporar à estrutura de atividades presente.

Em algumas experiências, formam-se *clusters* turísticos, centrados em atrativos naturais ou construídos e exibindo serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, entre outros. Marcam igualmente presença instituições públicas e privadas, atuando em planejamento e coordenação, às quais somam-se outras, como em formação e capacitação de recursos humanos para turismo. Esses ambientes tendem a ostentar processos de aprendizagem que repercutem no aperfeiçoamento das práticas e da oferta turística (LINS, 2007).

É importante sublinhar que, passando a integrar a cesta de bens e serviços, o próprio turismo apoia-se nos efeitos do entrelaçamento das atividades de vários setores. Seu funcionamento implica intensas e “espessas” inter-relações, em conjunto expressando clara interdependência. Essa questão é destacada na literatura: em ambientes nos quais o turismo sobressai,

[...] a qualidade da experiência do visitante depende não só do apelo da atração primária, mas também da qualidade e eficiência de negócios complementares [...]. Tendo em vista que os membros do cluster são mutuamente dependentes, a boa performance de um pode ampliar o sucesso dos outros (PORTER, 1998, p. 81, tradução nossa).

Todavia, a interdependência também pode gerar efeitos negativos. O risco é maior quando práticas individuais solapam as próprias bases da atratividade turística. Ações de *free riders* capazes de comprometer os recursos turísticos, à imagem do que Gilly e Pecqueur (1995) assinalam sobre os *clusters* em geral, podem ter esse resultado. Sobressaem nesses problemas os comportamentos locais perante os desafios da sustentabilidade ambiental, entre outros. Daí a importância da cooperação, das ações coletivas, envolvendo coordenação ou governança que canalize as condutas individuais para resultados representativos do “bem comum”. Tais condutas emergem quando os atores percebem que seus benefícios individuais tendem a crescer se atuarem segundo preceitos de estabilidade e reprodução do sistema territorial.

De fato, a literatura contemporânea sobre o desenvolvimento outorga grande importância aos movimentos associativos enfeixados em sistemas de governança territorial. Em regra, os territórios rurais têm maior realce nesses estudos, como se observa em Moyano Estrada (2015), o que também caracteriza a

esfera da formulação de políticas, consistindo a melhor ilustração o que se encontra em curso, sob cobertura institucional, na União Europeia (MOYANO ESTRADA; ORTEGA, 2014). Mas a problemática é mais ampla, como postulado no âmbito da Teoria da Regulação (cf., por exemplo, Boyer, 1987), pois as relações sociais “[...] são intrínseca e internamente contraditórias, resvalando para situações de crise pelo simples fato de que as condutas dos atores sociais não se coadunam, necessariamente, com as estruturas às quais pertencem.” (LINS, 2006, p. 155-156). Assim, expressões como regulação territorial (COURLET; PECQUEUR, 1992) e mesorregulação (LEBORGNE; LIPIETZ, 1992) igualmente crivam abordagens cujo foco é a governança em territórios urbanos e industriais.

Especificamente com respeito ao turismo, a literatura sublinha que costumam ser positivamente diferenciadas as trajetórias turísticas cujos agentes apresentam atitudes mais voltadas ao interesse coletivo. Como observaram Náchér e Carpi (2000) em pesquisa sobre localidades turísticas da Comunidade Valenciana, na costa espanhola do Mediterrâneo,

A necessidade de coordenação coletiva na produção do turismo pode ser demonstrada analítica e teoricamente [...], mas é também fortemente corroborada pelos fatos. Dedicar bastante tempo e recursos para colocar os agentes e a população local de acordo, em um processo mais conjunto de produção e pilotagem do destino [turístico] como um todo, não é um investimento a fundo perdido, e sim todo o contrário. Quanto maiores forem a coordenação e a cooperação existentes no início e no amadurecimento, maiores as probabilidades de que seja gerada uma cultura local capaz de reagir com flexibilidade a novos desafios (NÁCHER; CARPI, 2000, p. 262-263, tradução nossa).

Observe-se que, uma vez ativados, os recursos existentes determinam o florescimento e a consolidação do setor turístico, ampliando a ofertada cesta de bens e serviços. Há turismo, em boa parte desses casos, porque há, previamente, espaço com atributos aptos a magnetizar visitantes. Sobre essa base, “[...] os agentes sociais do turismo produzem seus processos de turistificação que resultam em territórios do turismo, os quais se revelam como destinos turísticos.” (FRATUCCI, 2014, p. 92). Nesse movimento, os diversos agentes “inscrevem” seus interesses e lógicas – que podem se complementar ou se contrapor – na forma de “territórios” específicos, representando apropriação do espaço. “Temos então [...] diversos processos de territorialização que se superpõem e compõem o que denominamos de território do turismo” (Ibid.).

O turismo, uma vez enraizado, incorpora-se ao leque de traços locais e torna-se um aspecto da caracterização do respectivo espaço como território. Fratucci (2000, p. 122) utiliza a expressão lugar turístico, relativa ao palco da manifestação do turismo, na referência ao processo: “O lugar turístico reúne o espaço e o território. Enquanto prática sócio-espacial, o turismo vai se apropriando de determinados espaços, transformando-os e [...] produzindo territórios e territorialidades [...]”.

Outro aspecto a ser considerado, na perspectiva do desenvolvimento local, é que o turismo pode expandir as possibilidades de ocupação e geração de renda inclusive pelos efeitos multiplicadores e de indução, com reflexos nas atividades de manutenção e aprimoramento das condições receptivas (envolvendo infraestruturas diversas). E, como a atratividade se escora, em vários tipos de turismo, na qualidade ambiental e paisagística e nas especificidades socioculturais, o crescimento do setor pode significar maior zelo para com a preservação e a sustentabilidade dos atributos territoriais.

3. Caracterização da Serra Gaúcha como espaço turístico

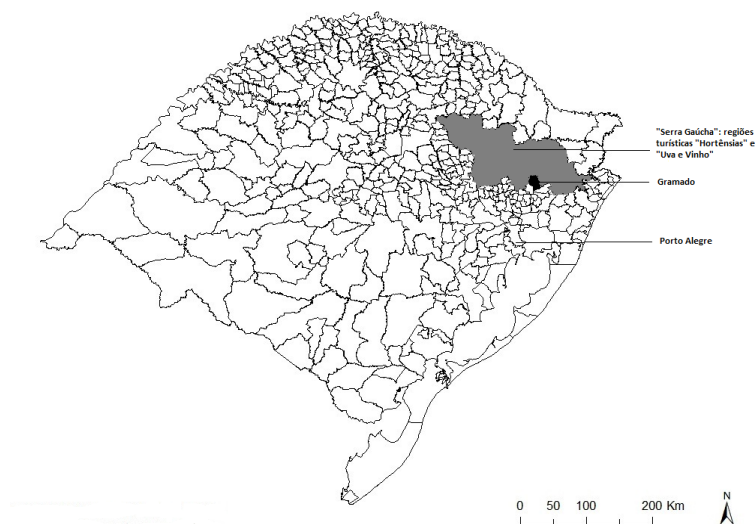
O município de Gramado localiza-se em área do Rio Grande do Sul identificada como Serra Gaúcha em referências institucionais ou informais. Para situar Gramado turisticamente, primeiro apresentam-se alguns traços daquela área.

3.1 Serra Gaúcha, esboço de caracterização

No Mapa do Turismo Brasileiro, elaborado pelo Ministério do Turismo no Programa de Regionalização do Turismo, a Serra Gaúcha corresponde aproximadamente ao que se identifica como região turística Hortênsias e região turística Uva e Vinho. Ambas contêm cinco e trinta e nove municípios, pela ordem (BRASIL, 2013), figurando Gramado na primeira. A área também equivale, mais ou menos, ao conjunto das microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul, na configuração do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o que permite utilizar dados nessa escala¹. A localização da Serra Gaúcha e de Gramado é indicada na Figura 1.

¹ Em 2017 o IBGE substituiu a regionalização relativa às mesorregiões e microrregiões pela das regiões geográficas intermediárias e das regiões geográficas imediatas, respectivamente (cf. DIVISÃO..., 2017). A

Figura 1 – Estado do Rio Grande do Sul: localização da Serra Gaúcha e do município de Gramado



Fonte: Elaborado pelo autor sobre base cartográfica do IBGE.

A tabela 1 apresenta informações do mais recente Censo Demográfico disponível, referente a 2010, para caracterizar a Serra Gaúcha. Observa-se que, somadas, as microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul concentravam 10% da população total do Rio Grande do Sul. A maior proporção referia-se à segunda microrregião, onde está a segunda maior cidade do estado, um importante centro industrial: Caxias do Sul, com 435,6 mil habitantes naquele ano.

Sobre aspectos socioeconômicos, era bastante superior à média estadual a taxa de alfabetização das duas microrregiões para pessoas de dez anos ou mais. Em rendimentos, a situação geralmente superava a média estadual. O Rio Grande do Sul registrava quase $\frac{1}{4}$ das pessoas com dez anos ou mais na classe de rendimento nominal mensal de até 1 salário mínimo (SM); na microrregião Gramado-Canela, essa proporção não atingia 22%, e na de Caxias do Sul, era pouco maior que 13%. A percentagem na faixa entre mais de 1 SM e 5 SM era inferior a 41% no estado, e de 52% e 56% nas microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul, nessa ordem.

composição não é rigorosamente a mesma, mas há bastante coincidência. Mantém-se aqui a referência às microrregiões devido ao modo como os dados usados no artigo encontram-se disponíveis.

Tabela 1 – Aspectos socioeconômicos das microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul (2010)

Estado e microrregiões Indicadores	Rio Grande do Sul	Microrregião Gramado- Canela	Microrregião Caxias do Sul	
População residente total	10.693.929 [100]	296.581[2,8]	769.617 [7,2]	
Taxa de alfabet.– pessoas de 10 anos ou +	95,8%	96,7%	97,6%	
Pessoas de 10 anos ou mais, por classes de rendimento nominal mensal – em salários mínimos (SM)	Total	9.326.208 [100]	257.751 [100]	678.434 [100]
	Até ½ SM	361.592 [3,9]	5.291 [2,0]	9.751 [1,4]
	Mais de ½ a 1 SM	1.874.578 [20,1]	50.841 [19,7]	81.557 [12,0]
	Mais de 1 a 2 SM	2.379.064 [25,5]	94.697 [36,7]	212.891 [31,4]
	Mais de 2 a 5 SM	1.430.137 [15,3]	40.032 [15,5]	165.290 [24,4]
	Mais de 5 a 10 SM	413.301 [4,4]	8.325 [3,2]	39.972 [5,9]
	Mais de 10 a 20 SM	129.629 [1,4]	2.075 [0,8]	9.429 [1,4]
	Mais de 20 SM	43.078 [0,5]	636 [0,2]	2.873 [0,4]
	Sem rendimento	2.694.829 [28,9]	55.854 [21,7]	156.671 [23,1]
Domicílios particulares permanentes, por classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita – em SM	Total	3.599.604 [100]	100.149 [100]	257.547 [100]
	Até ¼ SM	157.381 [4,4]	1.838 [1,8]	2.573 [1,0]
	Mais de ¼ a ½ SM	427.148 [11,9]	8.033 [8,0]	13.160 [5,1]
	Mais de ½ a 1 SM	1.044.112 [29,0]	30.680 [30,6]	53.909 [20,9]
	Mais de 1 a 2 SM	1.066.307 [29,6]	38.891 [38,8]	99.754 [38,7]
	Mais de 2 a 3 SM	351.021 [9,7]	9.918 [9,9]	41.534 [16,1]
	Mais de 3 a 5 SM	252.900 [7,0]	5.718 [5,7]	26.351 [10,2]
	Mais de 5 SM	217.892 [6,0]	3.647 [3,6]	16.675 [6,5]
	Sem rendimento	82.739 [2,3]	1.423 [1,4]	3.584 [1,4]

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados de IBGE (2010).

Situação parecida dizia respeito aos domicílios. Para o estado, atingia 16,3% do total – proporção muito maior que naquelas microrregiões – a presença de domicílios particulares permanentes com rendimento nominal mensal de até ½ SM. Ao contrário, era comparativamente mais elevada – na microrregião Gramado-Canela era bastante mais alta – a incidência, nessas microrregiões, de domicílios na classe de rendimento com mais de ½ SM a 2SM. Para domicílios com mais de 2SM até 5SM, a microrregião de Caxias do Sul tinha especial destaque: representavam 26% do total de domicílios, ante 17% no nível estadual.

3.2 Aspectos representativos para turismo

Os recursos da Serra Gaúcha que atraem turistas são aludidos na página da internet da Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul. Nesse ambiente virtual, voltado à divulgação turística desse estado, lê-se:

Paisagem, cultura e determinação. Valores expressos nos diversos encantos da Serra Gaúcha. Seus caminhos conduzem a ares diversificados, herança da colonização italiana e alemã expressa em sua arquitetura e em seu povo. A Serra Gaúcha é um mosaico de cenários. Essa é a Serra Gaúcha, natureza exuberante, força do povo que marcou suas origens [...] (RIO GRANDE DO SUL, 2016, s.p.).

Esse texto de *marketing* é sugestivo do que subjaz ao envolvimento da Serra Gaúcha com o turismo. As expressões “paisagem”, “ares diversificados”, “mosaico de cenários” e “natureza exuberante” remetem a patrimônio natural montanhoso, com vegetação rica em vários locais, rios e quedas d’água, assim como à ocorrência de temperaturas muito baixas durante o inverno, com eventual precipitação de neve. As indicações “cultura”, “herança da colonização”, “arquitetura” e “força do povo” evocam os reflexos da colonização da área, sobretudo durante o século XIX, envolvendo principalmente imigrantes alemães e italianos, embora também outras origens tenham registro, como a polonesa (WEBER; WENCZENOVICZ, 2012).

Cabe assinalar sobre o assunto que, na dinâmica migratória para o Brasil naquele período, o envolvimento da porção mais meridional do país refletiu, segundo Pesavento (1992), uma combinação de interesses sobre o povoamento de áreas desabitadas e sobre a produção de alimentos para o mercado interno. O influxo nutriu a formação de uma rede de núcleos de colonização que promoveu mudança no perfil demográfico do Rio Grande do Sul. Como esse processo subjaz à constituição de alguns atrativos turísticos da Serra Gaúcha, vale aproximar o olhar.

A corrente migratória alemã teve início nas primeiras décadas do século XIX, e a italiana, a partir dos anos 1870. Marco importante da primeira foi a criação, em 1824, de São Leopoldo, a uns 30 km de Porto Alegre. O processo migratório, pouco regular no início, sofreu longa interrupção, inclusive por conta da Revolução Farroupilha (desdobrada entre 1835 e 1845). Na retomada, os imigrantes alemães formaram núcleos de colonização que compuseram uma “mancha” a oeste de São Leopoldo, na base da serra e nas encostas (ROCHE, 1969; LANDO; BARROS, 1976). A produção colonial, diversificada e oriunda de pequenas propriedades, destinava-se a Porto Alegre e, depois, também a outros mercados (SINGER, 1977).

No último quartel do século XIX, o Rio Grande do Sul assistiu ao engrossamento da imigração italiana. Marco significativo foi o ano de 1875, com

o início da Colônia Caxias (germe da atual Caxias do Sul), abrindo uma sequência de várias outras colônias. Diferentemente da experiência alemã, tratava-se, agora, de terras altas (GIRON, 1980).

De fato, chegados meio século depois dos alemães, os italianos foram assentados em terras geralmente inferiores. Isso impunha-lhes desvantagens na concorrência com os produtos dos primeiros, que também contavam com sistema de comercialização já estruturado e mais favorável aos negócios (PESAVENTO, 1992). Assim, os italianos apostaram na vitivinicultura, ao lado da lavoura de milho e da suinocultura.

O vinho, sobretudo, sobressaiu no que Rothwell (1959) chamou de “velha zona italiana colonial” do Rio Grande do Sul. Importantes interações sociais e econômicas foram originadas, envolvendo viticultores e “cantineiros”, vários dos quais criaram empresas que atingiram situação de importância no século XX. Sobretudo a partir dos anos 1970, esse processo exibiu aprimoramentos representativos de maior qualidade e melhor desempenho comercial (CARACTERIZAÇÃO..., 2000).

Portanto, conjugam-se na Serra Gaúcha elementos históricos, sociais e culturais cujas especificidades representam, de algum modo, “delimitação espacial”. Além da particular base natural e paisagística, marcam presença especificidades socioculturais traduzidas em costumes, festejos e gastronomia, entre outros aspectos. O mesmo pode ser dito sobre a paisagem criada, em que sobressaem edificações de estilo alemão e italiano e áreas de produção agropecuária e industrial. Destacam-se, nas segundas, a uva e o vinho na porção mais italiana, e têm realce setores industriais que incluem mecânica, metalurgia, móveis de madeira e a cadeia do vestuário (roupas, calçados), com algumas grandes empresas (sobretudo em Caxias do Sul) e uma miríade de estabelecimentos de menor tamanho.

Na estrutura urbana despontam, em população e centralidade, as cidades de Caxias do Sul e Bento Gonçalves (esta com 107,3 mil habitantes no Censo de 2010), pilares de processo de conurbação que envolve também, pelo menos, Farroupilha, Flores da Cunha e São Marcos (com populações naquele Censo de, pela ordem, 63,6 mil, 27,1 mil e 20,1 mil). Gramado situa-se na borda da parte da Serra Gaúcha mais intensamente ocupada por alemães no século XIX.

Os referidos recursos ensejaram uma nova atividade na Serra Gaúcha: o turismo. Emergindo, esse setor tornou-se, ele próprio, um aspecto – poder-se-ia dizer, um recurso – daquele espaço, incorporando-se aos traços que permitem falar em território a respeito da Serra Gaúcha, nos termos tangenciados na subseção 2.2.

3.3 Serra Gaúcha turística

Essa região sempre se destacou turisticamente no Rio Grande do Sul. Aliás, os efetivos primeiros passos desse setor no estado implicaram a Serra Gaúcha, segundo Flores (1993). Já no início do século XX, nos períodos estivais, famílias de Porto Alegre hospedavam-se em hotéis locais em busca do clima ameno proporcionado pela altitude. As repetidas iniciativas institucionais de regionalização turística, atividade em que o Rio Grande do Sul foi pioneiro no Brasil, refletem a duradoura importância atribuída à Serra nesses termos (MACHADO; TOMAZZONI, 2011).

Na parte da região mais atingida pela colonização italiana, o setor turístico apresenta forte influência de aspectos representativos daquele processo. Em 1931, a cidade de Caxias do Sul inaugurou o evento que celebraria essa colonização a cada dois anos, visando preservar, cultivar e fortalecer os traços do que César e Amorim (2014) designam como “formação econômica e espacial da produção de uvas e vinhos da Serra Gaúcha”: a Festa Nacional da Uva. Passando por diversas fases, em percurso de muitas décadas, essa festa acabou incorporada ao calendário turístico estadual e tornou-se evento divulgado nacionalmente (ZANINI; SANTOS, 2013).

A produção vitivinícola é a base da visitação e se destaca no dinamismo turístico dessa área. A Rota Turística do Vale dos Vinhedos, entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, representa eloquente tradução desse papel. Parreiras, cantinas e vinícolas, assim como a colheita de uvas e a produção de vinhos, passaram a motivar presenças turísticas. Estas foram estimuladas pelas criadas possibilidades em alojamento e gastronomia, e também pela realização de festas como, além da Festa Nacional da Uva, as igualmente bianuais Festa Nacional do Vinho, em Bento Gonçalves (desde 1967), e Festa Nacional do Champanha, em Garibaldi, a partir de 1981 (BORTNOWSKA; ALBERTON; MARINHO, 2012).

Possibilidades de lazer e entretenimento de contornos mais gerais exibem vínculos com a estrutura vitivinicultora. Representa ilustração o funcionamento da Ferrovia do Vinho, que se origina em Bento Gonçalves e passa por diferentes municípios. Sua utilização turística abrange atividades gastronômicas, folclóricas e culturais, além de compras, pois a Serra Gaúcha disponibiliza variados produtos locais, como alimentos, roupas e calçados.

O enoturismo tornou-se, assim, um destacado aspecto da economia organizada em torno da vitivinicultura regional. Diversos tipos de agentes participam dessa economia, formando cadeia de produção e distribuição que interage com “espessa” base institucional, como indicam Marques e Santos (2010) sobre o Vale dos Vinhedos. Sobressaem nas instituições, além da Associação dos Produtores de Vinhos Tintos do Vale dos Vinhedos, também a Universidade de Caxias do Sul, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa Uva e Vinho) e o Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves. A cooperação está presente nas respectivas atividades e nas suas relações com vinícolas e agricultores (JEZIORNY; ORTEGA, 2013).

Como assinalado anteriormente, o setor turístico assim estimulado passou a constituir, ele próprio, um traço ou atributo da área. Teve importância uma intensa divulgação, com propaganda das características locais e dos eventos, um discurso de *marketing* que ajudou a criar imagem turística aderente à Serra Gaúcha (TOMAZZONI, 2006). É sugestivo que a formação superior em turismo tenha sido incorporada por instituições acadêmicas instaladas em municípios da região, destacando-se a Universidade de Caxias do Sul, com cursos de graduação (em mais de um campus) e pós-graduação.

A presença de serviços relacionados ao turismo é um indicativo da consolidação do setor. A tabela 2 informa, para o Rio Grande do Sul como um todo e para as microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul, sobre estabelecimentos e empregos em: hotéis e similares e outros tipos de hospedagem; restaurantes e serviços semelhantes; agências de viagens; operadores turísticos; serviços de reservas e outros. O maior destaque regional refere-se ao setor de hospedagem: em 2018, as duas microrregiões concentravam, somadas, 21,1% e 30,2% dos estabelecimentos hoteleiros e similares e de seus empregos, respectivamente, em todo o Rio Grande do Sul.

Esses dados traduzem o emprego com carteira assinada, já que a fonte é a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2020), do Ministério da Economia. Como boa parte dos estabelecimentos da área, principalmente os pequenos hotéis e pousadas, tem perfil de negócio familiar, como sugere Faraco (2005), o engajamento profissional nos meios de hospedagem da Serra Gaúcha deve ultrapassar de muito os pouco mais de 5.500 postos registrados nas estatísticas oficiais para 2018. Também nos serviços de agências de viagens a região exibe proporção elevada, em torno de 1/5 dos totais gaúchos em estabelecimentos e em empregos.

Tabela 2 – Rio Grande do Sul e microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul: presença de serviços ligados ao setor turístico: 2018

Indicadores Estado e microrregiões			Hotéis e similares	Outros tipos de alojamentos	Restau. e serv. semelhantes	Agências de viagens	Operadores turísticos	Serviços de reservas e outros
Estabelecimentos	Rio Grande do Sul	Nº	1.725	296	13.731	859	26	52
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Microrregião Gramado-Canela	Nº	271	27	687	70	5	3
		%	15,7	9,1	5,0	8,1	19,2	7,1
	Microrregião Caxias do Sul	Nº	94	23	1.295	100	0	3
		%	5,4	7,8	9,4	11,6	0	7,1
Empregos	Rio Grande do Sul	Nº	17.129	1.451	72.808	4.404	70	162
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Microrregião Gramado-Canela	Nº	3.709	186	4.185	461	0	5
		%	21,6	12,8	5,7	10,5	0	3,1
	Microrregião Caxias do Sul	Nº	1.474	138	6.657	427	7	6
		%	8,6	9,5	9,1	9,7	10,0	3,7

Fonte: RAIS (2020).

Obs.: Os dados referem-se às seguintes Classes da CNAE 2.0: 55.10-8 – Hotéis e similares; 55.90-6 – Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente; 56.11-2 – Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas; 79.11-2 – Agências de viagens; 79.12-1 – Operadores turísticos; 79.90-2 – Serviços de reservas e outros serviços de turismo.

A Serra Gaúcha turística transcende amplamente, contudo, o espaço de maior incidência da colonização italiana. Ambientes em que essa colonização mesclou-se com as estruturas criadas pela precedente fixação de imigrantes de origem germânica também registram importante presença desse setor.

4. Gramado: construção de um destino turístico

Conforme assinalado em estudos como Casagrande (2006), Gramado encontra-se na parte da Serra Gaúcha onde a colonização alemã se entremeou mais fortemente com a italiana. Assim caracterizado, esse município avulta como destino turístico no sul do Brasil.

4.1 Atratividade e trajetória turística

Mormente por recursos em água e pastagem, o local onde surgiria Gramado representava repouso em percurso de tropas que desde o século XVIII levavam, pelo Caminho de Viamão, animais do extremo sul do Brasil para São Paulo. Bem mais tarde, a formidável base natural levou ao início do turismo na área. A combinação de altitude (830 metros) e atributos como vegetação exuberante, cascatas e córregos, compondo atrativos paisagísticos e sinalizando diversas formas de lazer, atraía visitantes desde o começo do século XX, principalmente vindos de Porto Alegre (distante cerca de 100 km por rodovia). Descansar nos finais de semana era motivação recorrente, e no verão as condições permitiam refúgio do calor estival, em permanências que variavam de duas a quatro semanas (DORNELES, 2001).

No início da década de 1920, um trecho de ferrovia interligando Porto Alegre e Gramado foi inaugurado, impulsionando a procura pelo local. Em busca de amenidade climática, os fluxos se intensificaram. Especialmente dos anos 1930 em diante, isso provocou o surgimento de numerosas casas de veraneio e a ampliação das condições de hospedagem e alimentação. Ao mesmo tempo, Gramado ganhou reputação como estação climática recomendada para tratamento de doenças respiratórias. Diversos contingentes profissionais acorreram, estimulados pelas melhorias e pelos acenos. A progressão do núcleo urbano foi nutrida na esteira desse processo.

Mas Gramado logo passou a sofrer concorrência, em escala de Rio Grande do Sul, como destino turístico. Para Arruda (2008), o surgimento, na década de 1940, de balneários litorâneos como Tramandaí – com frequência recomendada até por razões medicinais, conforme Correa (2010) – afetou a demanda por Gramado, repercutindo negativamente na estrutura receptiva local, notadamente com respeito à hospedagem. O “modelo” de turismo então praticado entrou, assim, em crise.

A emancipação de Gramado em 1954 (separando-se do Município de Taquara) abriria um novo período nessa trajetória, inclusive por permitir um projeto de desenvolvimento local tendo o turismo como pivô. Sua execução, de acordo com Generosi (2011), chegou a motivar pressão gramadense sobre a administração estadual com vistas ao asfaltamento da rodovia entre Porto Alegre e Nova Petrópolis (município limítrofe a Gramado).

Depois disso, a expansão turística vivenciada foi simultânea, nos seus primeiros passos, ao crescimento da produção de calçados e malhas e do artesanato em tapetes, móveis e produtos decorativos diversos, o artesanato em vime existindo desde os anos 1930, segundo Valduga (2007). Atrativos como o Lago Negro, com entorno ornamentado por árvores trazidas da Alemanha, e o Parque Knorr, estruturado ao redor de uma edificação em estilo bávaro dos anos 1940 – ambiente que viu ser criada, na década de 1980, a Aldeia do Papai Noel, reconhecida como uma das mais admiradas atrações locais –, sobressaem nas iniciativas de fortalecimento dessa destinação turística.

A Festa das Hortênsias, surgida em 1958, foi precursora na orientação depois privilegiada pelo setor turístico local. Valduga (2007) informa que hortênsias tinham sido levadas de Petrópolis (RJ) para a região em 1918, e que o plantio foi tão volumoso e disseminado que, décadas mais tarde, o nome da flor foi escolhido para designar festejo comunitário destinado a exaltar as características locais e atrair visitantes. A Festa da Colônia, realizada desde 1985, representa uma derivação da anterior. Celebrando e valorizando diferentes aspectos das culturas alemã e italiana, o evento costuma implicar fortemente os moradores. Sua importância é particular para os habitantes do meio rural: na festa são historicamente expostos e comercializados alimentos e produtos do artesanato, além de ocorrerem desfiles e manifestações folclóricas e culturais (DORNELES, 2001).

A inspiração representada pela pioneira Festa das Hortênsias e a indução decorrente da sua realização reverberaram amplamente. A influência, quanto ao estímulo à prática de eventos turísticos, estendeu-se ao Festival de Cinema, organizado pela primeira vez em 1973, e à Feira de Artesanato, também inaugurada nos anos 1970. Como se destacará na segunda parte desta seção, a promoção do turismo de eventos acabou se tornando uma orientação estratégica na área.

O crescimento do turismo fez com que se enraizasse o entendimento de que as melhores possibilidades de desenvolvimento local se vinculariam ao setor.

Não deixa de ser eloquente a esse respeito a introdução da disciplina “Educação para o turismo” no currículo das escolas municipais, conforme Arruda (2008). E setores de atividades que floresceram desde os anos 1960 – malhas, calçados, móveis de madeira, chocolate – viraram atrativos turísticos, pois se lhes associou uma espécie de indicação geográfica, outorgando referência como produtos ou marcas de Gramado.

Dessa forma, também uma roupagem de turismo de compras incidiu no turismo local. Isso ocorreu em sintonia com aspectos de “ambiente europeu”, privilegiados na promoção turística mediante imagens criadas para continuamente reforçar tal atmosfera. De algum modo, essa articulação impulsionou aqueles setores, embora a fabricação de calçados tenha sido muito afetada pela concorrência associada à abertura comercial do Brasil na década de 1990.

A movimentação turística, simultaneamente reflexo desses atributos da área e vetor de seu fortalecimento e expansão, reverberou na estrutura local de hospedagem e alimentação. O crescimento desse aparato, em harmonia com o adotado projeto de recriação de “ambientes europeus” e manifestando-se também em opções gastronômicas, favoreceu o engrossamento dos fluxos de visitantes. O processo em foco, por conseguinte, foi de promoção e estímulo recíproco entre oferta e demanda turística.

Deve-se ressaltar que a percepção segundo a qual o “perfil europeu” agrada aos turistas parece ter influenciado comportamentos coletivos de preservação e fortalecimento da imagem de cidade limpa e organizada, quase uma cidade-jardim, estruturada como produto turístico. Práticas assim marcadas teriam derivado de uma certa canalização de condutas individuais, as quais traduziriam o reconhecimento de que o turismo tem grande importância socioeconômica na área.

Observe-se também que o simulacro incrustado no epíteto “atmosfera europeia” é um entre muitos casos de construção de destinos turísticos que, criando atrativos, ativam a imaginação dos visitantes (DREAM..., 1998). Essa questão tem realce no debate geral sobre as mudanças turísticas contemporâneas, em especial nas abordagens que aludem ao chamado turismo pós-moderno (URIELY, 1997; LINS, 2013). Sobre Gramado, é forçoso reconhecer que, mesmo nutrindo um simulacro, as iniciativas protagonizadas criaram uma realidade turística, a qual, estribada em atributos socioculturais, históricos e naturais, incorporou-se ao conjunto, fortalecendo e diversificando os seus contornos.

Todo esse processo representou apropriação pelo turismo do segmento espacial da Serra Gaúcha referente à área de Gramado, conforme os termos considerados na subseção 2.2. Com seus interesses e lógicas, os processos de “turistificação” protagonizados pelos diferentes agentes sociais do turismo, na forma de práticas simultaneamente sociais e espaciais, articularam-se e produziram, agregadamente, o território turístico em foco. Em tais processos, como se destacará, sobressaíram as ações enfeixadas no turismo de eventos.

Essa trajetória, assinala-se, guardou relação com dinâmica demográfica que a partir dos anos 1970 ostentou taxas de crescimento populacional consideravelmente superiores às do Rio Grande do Sul como um todo. É fato que Gramado figura em área do estado gaúcho onde esse crescimento foi comparativamente mais forte na primeira década do século XXI, contrastando com imensa superfície, do norte ao sul da franja oeste do estado, que registrou perda de população (GOVERNO..., 2014). Seja como for, a participação desse município na população estadual cresceu mais de 50% entre os censos demográficos de 1970 e 2010 (Tabela 3).

Tabela 3 – Gramado e Rio Grande do Sul: população residente total (1960-2010)

Anos	Gramado (A)		Rio Grande do Sul (B)		A/B * 100
	População (A)	Tx. média cresc. a.a.	População (B)	Tx. média cresc. a.a.	
1960	11.084		5.448.823		0,20
1970	12.378	> 1,11%	6.755.458	> 2,17%	0,18
1980	16.322	> 2,80%	7.942.722	> 1,63%	0,20
1991	22.095	> 2,79%	9.138.670	> 1,28%	0,24
2000	28.593	> 2,91%	10.187.798	> 1,21%	0,28
2010	32.273	> 1,22%	10.693.929	> 0,49%	0,30

Fonte: IBGE – Censos Demográficos.

4.2 Turismo de eventos como orientação estratégica

A percepção de que o turismo constituía esteio da economia local acabou por colocar no centro das atenções a sustentação do fluxo de visitantes ao longo do tempo. Como costuma ocorrer em vários destinos turísticos, quebrar a sazonalidade – a alternância de períodos contrastados quanto ao volume de turistas

– tornou-se um objetivo permanente. A estratégia foi concentrar as ações no turismo de eventos, repetindo o observado em numerosas áreas turísticas onde esse tipo de problema se impõe.

Note-se que tal modalidade insere-se no que o Ministério do Turismo do Brasil identificava por “Turismo de Negócios & Eventos”. Uma particularidade é a “[...] possibilidade de o destino criar, desenvolver ou atrair o evento – nesse caso o próprio atrativo –, já que alguns dependem unicamente da existência de determinadas estruturas e serviços para a sua realização [...]” (BRASIL, 2010, p. 15). Observe-se ainda que o turismo de eventos tem crescido rapidamente em escala mundial, a julgar pelas informações disponibilizadas por entidades como a *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2016). O envolvimento do Brasil revela-se crescente, conforme sublinhado, por exemplo, em publicação conjunta da Associação Brasileira de Empresas de Eventos e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (ABEOC-SEBRAE, 2014).

Em Gramado, os resultados dos referidos Festival de Cinema, Feira de Artesanato e Festa da Colônia, surgidos na esteira da Festa das Hortênsias, ampliaram os interesses de lideranças locais por essa modalidade turística e suscitaram esforços e destinação de recursos para fortalecer e consolidar essa opção. Com efeito, o site oficial do turismo de Gramado, onde se informa sobre o calendário de eventos locais, permite observar, para cada mês, numerosas indicações de festas, dias comemorativos, congressos, encontros, simpósios, jornadas, reuniões e feiras, entre outros, com as respectivas descrições e datas de começo e término (GRAMADO..., 2020).

Dessa maneira, embora a localidade tenha preservado a condição e a imagem de ambiente para lazer e repouso, com desfrute dos atributos climáticos, paisagísticos, naturais e socioculturais, os eventos foram alçados à condição de ingredientes básicos do turismo e da economia local. Captá-los tornou-se um importante objetivo daquele *trade* turístico, motivando a criação, em 1999, do *Convention & Visitors Bureau* da Região das Hortênsias. Dez anos antes, começara a funcionar o Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias, também um importante passo na organização institucional do setor, estimulada por expansão liderada pelos eventos (VALDUGA, 2007).

A esfera pública envolveu-se na promoção desse tipo de turismo. Em 2012, o município criou a Gramadotur, “[...] primeira Autarquia de Turismo e Cultura da

região sul do Brasil, [...] visando dinamizar e ordenar as ações de turismo e cultura da cidade” (GRAMADOTUR, 2020, [s.p.]). Entre suas competências está a realização de eventos do calendário turístico oficial, em sintonia com o objetivo central de “[...] fomentar ainda mais o turismo e desenvolver os eventos de Gramado [...]” (GRAMADOTUR, 2020, [s.p.]). As informações do seu site indicam que a autarquia realiza os seguintes eventos: Páscoa em Gramado, Gramado Aleluia, Festa da Colônia, Amor Gramado, Festival do Cinema de Gramado, Festival de Cultura e Gastronomia, Natal Luz de Gramado.

Iniciativas empresariais como a criação do Serra Park, em 1997, primeiro centro de eventos de grande porte surgido em Gramado, e do ExpoGramado, em 2000, outro importante equipamento do gênero, são manifestações do interesse pela modalidade. O poder público não ficou à margem do processo vinculado à oferta dessa infraestrutura, pois, como indicado por Vidal (2012), a prefeitura terminou por comprar a ExpoGramado, cujas instalações passaram a abrigar os eventos organizados diretamente pela administração municipal.

O surgimento da Gramadotur produziu pelo menos uma grande mudança na estrutura dos eventos locais. A Chocofest, baseada na reconhecida produção local de chocolate, sobressaiu por quase duas décadas como principal evento do período da Páscoa. Em julho de 2015, a autarquia municipal e a empresa (privada) que realizava a festa decidiram interromper a sequência do evento. Representante da Gramadotur classificou a decisão de amistosa, mas um diretor da empresa criticou o que para ele era desinteresse do poder público e interferência de empresários locais (ROSSA, 2015). A Gramadotur ficou de providenciar um evento para a lacuna criada no período pascal. Assim, a página da autarquia na Internet passou a estampar a indicação “Páscoa em Gramado”.

Assinale-se que o registrado avanço rumo ao turismo de eventos expressa a proeminência, na construção do território turístico em questão, dos agentes mais interessados nessa modalidade, entre os protagonistas das práticas socioespaciais correspondentes ao setor como um todo. Vale dizer, evocando as considerações de Raffestin (1993) sobre as relações entre espaço e território tangenciadas na subseção 2.1, que nas interações de poder necessariamente incrustadas nessa construção, os empresários – notadamente os ligados aos eventos ou aqueles cujos negócios destes se beneficiam mais intensamente – e a

administração pública representaram/representam forças sociais básicas na moldagem desse território turístico.

Nessas interações de poder não estão ausentes, todavia, os conflitos de interesses mesmo no seio do, por assim dizer, polo dominante do processo. A mencionada interferência de empresários locais nas tratativas entre a Gramadotur e a empresa que realizava a Chocofest, interrompendo a sequência do evento, configura ilustração. Também indicam problemas de índole conflituosa, no âmbito dessa modalidade turística, notícias como a veiculada em 2013 sobre a condenação, obtida pelo Ministério Público Federal, de pessoas, uma empresa e uma entidade por desvio de verbas federais, estaduais e municipais durante a organização do Natal Luz, em 2002 e 2003, do Festival de Cinema de Gramado, em 2001, e no Gramado Cine e Vídeo, entre 1999 e 2002 (FRAUDES..., 2013).

O Natal Luz, no itinerário local dessa modalidade turística, é o evento que mais se destaca em aspectos como duração, envolvimento de pessoas, divulgação, repercussão disseminada e reflexos econômicos. Desdobrado em cerca de dois meses (do início de novembro ao início de janeiro), e voltado à presença turística no verão (baixa temporada turística na Serra Gaúcha), esse evento foi criado durante a 12ª edição da Festa das Hortênsias, em 1986. Diferentes etapas podem ser identificadas na sua história, como indica Generosi (2011).

O período de 1986 a 1996 foi de enraizamento e consolidação, em contexto de forte envolvimento da população. Decorar as casas e jardins com iluminação e motivos natalinos, utilizar sonorização condizente e cuidar dos pinheiros plantados provocaram crescente adesão, definindo um festejo popular e comunitário. A grande participação da comunidade também marcou o engajamento de numerosos moradores em atividades artísticas ou na própria preparação e realização do evento, dizendo respeito a alegorias, decoração e operacionalização dos desfiles. Entre 1997 e 2000, a tônica foi o fortalecimento da estrutura existente e a diversificação dos atrativos, incorporando inovações tecnológicas (com avanços audiovisuais), assim como a distribuição das atividades (como apresentações de corais) em diferentes locais e bairros da cidade. Na primeira década do presente século, ocorreu intensa renovação, já que o formato até então explorado tornara-se repetitivo e alvo de cópia em outras cidades.

Entretanto, o caráter comunitário que marcou os primeiros anos teria se diluído nesse caminhar. Atualmente, o Natal Luz exhibe aprimoramento

tecnológico e maior profissionalismo, com envolvimento de equipes multidisciplinares que promovem inovações e fortalecem o adquirido aspecto de espetáculo grandioso. A contrapartida é a circunstância na qual “[...] o evento conta – de forma sensível – com menor envolvimento da população em sua organização e tomada de decisões, especialmente no que se refere aos espetáculos, organização e ornamentação da cidade” (GEVEHR; VIDAL; NANDI, 2014, p. 212). Portanto, se a construção desse território turístico enseja considerações sobre uma aparente consensualidade em torno, principalmente, do turismo de eventos, com engajamento amplo da sociedade local, essa apontada trajetória do Natal Luz estaria a ilustrar também sugestivas contradições.

Seja como for, o evento repercute na economia local, como outras atividades turísticas protagonizadas na área. Por sua duração e pelo alcance dos vinculados serviços e práticas, com capilaridade na cidade e na região, o Natal Luz destaca-se nesses termos. Entrevistas conduzidas por Vidal (2012) junto a negócios locais, distribuídos entre meios de hospedagem (incluindo hotéis e pousadas), restaurantes e fábricas/lojas de chocolate, proporcionaram imagem que sugeriu ser o Natal Luz o evento turístico com, de longe, os mais intensos reflexos econômicos em Gramado e no seu entorno territorial.

O fato de ser festejo externo à alta estação turística local tem implicações nesse sentido. Sem o Natal Luz, o *trade* turístico registraria, nesse período, taxas de ocupação de hotéis e restaurantes muito menores, o mesmo problema afetando as vendas do comércio em geral e os resultados de diversos serviços. Talvez as mais intensas reverberações tenham a ver com o envolvimento de numerosas pessoas na preparação e realização do evento (mesmo com a maior profissionalização e o afastamento da comunidade das principais decisões e iniciativas, conforme indicado): as atividades do Natal Luz ocorrem durante meses, em ciclo que costuma se desdobrar de junho a janeiro.

Quando a Chocofest era realizada, e depois com a Páscoa em Gramado, a conclusão do ciclo do Natal Luz coincidia (coincide) com o início daquele relacionado ao evento pascal. O entrelaçamento de ambos significa participação prolongada de grandes contingentes em diversos tipos de atividades, ainda que sob vínculos informais em muitos casos. E os efeitos não se restringem a Gramado: no agregado dos já aludidos negócios turísticos pesquisados por Vidal (2012), 65%

dos trabalhadores implicados eram moradores desse município, e 35%, do vizinho Município de Canela.

Em suma, o turismo de eventos projetou Gramado como importante destino brasileiro e ajudou a distinguir a Serra Gaúcha. No Rio Grande do Sul, trata-se de produto turístico que responde por grande parte das vendas das operadoras nacionais, segundo o Plano de Marketing Turístico elaborado para aquele estado (PLANO..., 2012). Pesquisa de demanda efetuada para embasar tal plano, conduzida em 2012 no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, mostrou que Gramado dividia com a capital gaúcha a condição de cidade de maior visitação turística no estado. Vale ressaltar que só usuários de transporte aéreo foram ouvidos, o que certamente reduziu a indicação de Gramado, pois, por exemplo, muitos turistas de Santa Catarina utilizam carro ao se dirigirem à Serra Gaúcha.

É na progressão do turismo de eventos que se deve buscar o sentido das informações da tabela 4, que quantifica estabelecimentos e empregos em serviços turísticos em Gramado de 2006 a 2018. Os números indicam marcada expansão dos números de estabelecimentos e empregos em serviços de hospedagem e alimentação e em agências de viagem. Como a base dos dados é a RAIS, o quadro é parcial, representando o “piso” da situação, já que a informalidade costuma ser alta em muitos desses serviços. A trajetória é de crescimento não só em termos absolutos: a proporção dos estabelecimentos turísticos no total de estabelecimentos do município mostra-se estável no período, oscilando entre 15% e 19%, aproximadamente, mas em relação aos empregos a participação é expansiva, evoluindo linearmente de pouco menos de 18% para quase 30%.

Tabela 4 – Município de Gramado: evolução dos serviços ligados ao turismo (2006-2018)

Serviços Estabelecimentos/ Empregos/Anos		Hotéis e similar.	Outros tipos de alojam.	Restaur. e serv. semelh.	Agênc. de viagens	Operadores turíst.	Serv. reserv./ outros	Total serviços turístic.	Total geral
Estabelecimentos	2006	109	8	149	14	0	0	280	1.788
	2008	119	5	156	19	0	0	299	1.890
	2010	118	5	161	20	0	0	304	1.970
	2012	128	5	179	23	1	0	336	2.210
	2014	150	7	188	30	2	2	379	2.312
	2016	158	9	201	30	0	2	400	2.332
	2018	172	7	239	32	3	2	455	2.364
Empregos	2006	1.290	17	740	61	0	0	2.108	11.961
	2008	1.394	16	911	98	0	0	2.419	12.991
	2010	1.468	17	1.056	125	0	0	2.666	14.298
	2012	1.906	17	1.294	167	0	0	3.384	16.468
	2014	2.343	30	1.559	191	1	5	4.129	17.435
	2016	2.739	35	1.743	122	0	2	4.641	18.272
	2018	2.966	34	2.428	114	4	3	5.549	18.696

Fonte: RAIS (2020).

Obs.: Os dados referem-se às seguintes Classes da CNAE 2.0: 55.10-8 – Hotéis e similares; 55.90-6 – Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente; 56.11-2 – Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas; 79.11-2 – Agências de viagens; 79.12-1 – Operadores turísticos; 79.90-2 – Serviços de reservas e outros serviços de turismo

5. Considerações finais

Objetivou-se neste artigo analisar a experiência turística da Serra Gaúcha, com atenção particular para o município de Gramado, principalmente à luz do debate sobre o papel das iniciativas de natureza coletiva no fortalecimento e na promoção das estruturas econômicas territoriais. A intenção principal era dupla. De um lado, argumentar que, indissociável dos atributos da área, o turismo passou a representar um importante traço no conjunto de aspectos que permitem falar sobre espaços da Serra Gaúcha em termos de território. De outro lado, indicar que a opção pelo turismo de eventos, modalidade que projetou sobretudo Gramado, derivou de iniciativas conjuntas, com engajamentos e desdobramentos em escala comunitária, impulsionadas pela ideia segundo a qual o turismo tornara-se imprescindível na economia local.

Assim, mostrou-se que a Serra Gaúcha ascendeu como importante destino turístico a reboque do aproveitamento dos seus atributos paisagístico-naturais e socioculturais, os segundos produzidos historicamente. Essa utilização turística

implicou a ativação coletiva dos recursos locais, para atrair visitantes interessados em “consumir” história, cultura e paisagem, além de lazer e entretenimento. Isso resultou num atributo a mais: a própria condição de destino turístico. O turismo tornou-se possível porque recursos locais foram ativados nessa direção, e a consequência dessa ativação representou um novo e importante ingrediente na caracterização de ambientes da Serra Gaúcha como territórios.

Em Gramado, especificamente, o aproveitamento turístico dos recursos existentes expressou-se em estratégias de diversificação da atratividade e de expansão do setor que priorizaram o turismo de eventos. O desenvolvimento dessa modalidade turística, tornada praticamente um sinônimo de atratividade local, baseou-se em uma ativa e consequente coordenação ou governança, embora conflitos de interesses e contradições não se mostrem ausentes. As ações desencadeadas representaram o que se pode designar como “construção de território turístico” na Serra Gaúcha, particularmente no tocante a Gramado.

Assinale-se que uma condizente coordenação ou governança permanece uma necessidade em Gramado, não obstante a trajetória exibida – ou, talvez, por conta dela, caso se considere o modelo de ciclo evolutivo de locais turísticos introduzido por Butler (1980). Tal modelo prevê a possibilidade de que, após os estágios de desenvolvimento e consolidação de destinos turísticos, transite-se para a estagnação, que precederia ao declínio; ou, ao contrário, de que se ingresse em etapa de rejuvenescimento, um movimento que, todavia, não prescinde de ações estratégicas.

É preciso pensar sobre Gramado nesses termos, contemplando iniciativas bem planejadas. A localidade experimenta problemas ligados, por exemplo, à mobilidade urbana e à especulação imobiliária. A importância de um bem executado planejamento urbano mostrar-se-ia, portanto, evidente. Um problema a ser enfrentado com respeito ao assunto é que tal prática no local teria sido fortemente capturada, historicamente, pelos interesses do setor turístico, como sugerem Dalonso *et al.* (2012). Ora, questões mais abrangentes de governança ou regulação territorial, implicando as necessidades e os objetivos de diferentes grupos sociais, no sentido observado na subseção 2.2, teriam que ser levadas em conta.

A necessidade de iniciativas estratégicas em Gramado parece ampla, inclusive, com respeito aos desafios da própria modalidade de turismo de eventos. Por exemplo, Vidal (2012) constatou, já há alguns anos, que os altos custos que passaram a caracterizar a realização de eventos nessa localidade contribuíram para

que outras cidades da Serra Gaúcha canalizassem congressos, seminários e feiras – em detrimento de Gramado –, a reboque de importantes esforços de capacitação própria para sediar eventos de grande porte.

Referências

ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos) – SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). *II dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil – 2013*. São Paulo: Eventos Expo Editora, 2014.

ARRUDA, R. D. *Relações sociais qualificadoras e o setor de turismo em Gramado: modo de vida e de trabalho*. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

BORTNOWSKA, K.; ALBERTON, A.; MARINHO, S. V. Cultura e alimentação: análise das festas gastronômicas na Serra Gaúcha – RS. *Rosa dos Ventos*, v. 4, n. 3, p. 369-383, 2012.

BOYER, R. *La théorie de la régulation: l'état des savoirs*. Paris: La Découverte, 1987.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas*. 2.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Mapa do Turismo Brasileiro 2013*. Programa de Regionalização do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Obtido em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/mapa_da_regionalizacao_novo_2013.pdf. Acesso em: 16 mar. 2016.

BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.

CARACTERIZAÇÃO e tendências da rede urbana do Brasil: redes urbanas regionais: Sul. Brasília: IPEA, 2000.

CASAGRANDE, G. R. *Um cheiro de vinho: presença italiana em Gramado*. 2006. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

CÉSAR, P.; AMORIM, É. M. C. de. Formação econômica e espacial da produção de uvas e vinhos na Serra Gaúcha (RS) como pressuposto ao enoturismo. IN: *Anais do XI Seminário da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Fortaleza, 2014.

CORREA, S. M. Germanidade e banhos medicinais nos primórdios dos balneários no Rio Grande do Sul. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 17, n. 1, p. 165-184, 2010.

COURLET, C.; PECQUEUR, B. Les systèmes industriels localisés en France: un nouveau modele de développement. IN: BENKO, G.; LIPIETZ, A. (Dir.). *Les régions qui gagnent*. Paris: Presses Universitaires de France, 1992.

DALONSO, Y.; LOURENÇO, J. M.; ROMOALDO, P. C.; CYRILLO, M. W. O papel do Plano Diretor na constituição das políticas públicas para o turismo: um estudo da cidade de Gramado, Rio Grande do Sul (Brasil). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, v. 2, n. 17-18, p. 909-923, 2012.

DEBARBIEUX, B. Territoire-territorialité-territorialisation: aujourd'hui encore, et bien moins que demain... In: VANIER, M. (Org.). *Territoires, territorialité, territorialisation: controversies et perspectives*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, p. 19-30, 2009.

DIVISÃO regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias: 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

DORNELES, E. B. *Gramado: a produção e o consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil*. 2001. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

DREAM factories. *The Economist*. p. 3-16, Jan. 10th 1998 (A Survey of Travel and Tourism).

FARACO, E. *O processo empreendedor na pequena hotelaria da Região das Hortências – RS: um estudo exploratório-descritivo*. 2005. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2005.

FLORES, H. H. (Org.). *Turismo no Rio Grande do Sul: 50 anos de pioneirismo no Brasil*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1993.

FRATUCCI, A. C. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *GEOgraphia*, v. 2, n. 4, p. 121-133, 2000.

FRATUCCI, A. C. Turismo e território: relações e complexidade. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 14, supl. 1, p. 87-96, nov. 2014.

FRAUDES em Gramado: MPF obtém condenação de nove pessoas. *Jornal Jurid*, 4 jul 2013. Disponível em: <https://www.jornaljurid.com.br/noticias/fraudes-em-gramado-mpf-obtem-condenacao-de-nove-pessoas>. Acesso em: 19 out. 2020.

GAROFOLI, G. Economic development, organization of production and territory. *Revue d'Economie Industrielle*, n. 64, p. 22-37, 1993.

GENEROSI, A. *Natal Luz em Gramado (RS), tradição e inovação: um olhar sobre os fatores que determinam o retorno dos turistas ao evento*. 2011. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2011.

GEVEHR, D. L.; VIDAL, R. P.; NANDI, A. Natal Luz de Gramado: um patrimônio cultural da comunidade promovendo desenvolvimento regional na Serra Gaúcha. *Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional*, v. 2, n. 1, p. 197-221, 2014.

GILLY, J-P.; PECQUEUR, B. La dimension locale de la régulation. IN: BOYER, R.; SAILLARD, Y. (dir.). *Théorie de la régulation: l' état des savoirs*. Paris: La Découverte, p. 304-312, 1995.

GIRON, L. S. A imigração italiana no RS: fatores determinantes. In: LANDO, A. M. (org.). *RS: imigração & colonização*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980, p. 47-66.

GOVERNO do Estado do Rio Grande do Sul. *Dinâmicas territoriais recentes no Estado do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: FEE, 2014.

GRAMADO Inesquecível. *Eventos*. Gramado, 2020. Obtido em: <https://www.gramadoinesquecivel.tur.br/eventos>. Acesso em: 17 jun. 2020.

GRAMADOTUR. *Sobre*. Gramado, 2020. Obtido em: <http://gramadotur.rs.gov.br/sobre/>. Acesso em: 17 jun. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). *Censo 2010*. Características da População e dos Domicílios: Resultados do Universo. Tabelas – Mesorregiões, microrregiões, municípios, distritos, subdistritos e bairros. 2010. Obtido em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_da_populacao/caracteristicas_da_populacao_tab_municipios_zip_xls.shtm. Acesso em: 17 mar. 2016.

ICCA (International Congress and Convention Association). *2015 ICCA Statistics Reports: public abstract*. Amsterdam: ICCA, 2015. Obtido em: <http://www.iccaworld.com/cdps/cditem.cfm?nid=4036> Acesso em: 27 jul 2016.

JEZIORNY, D. L.; ORTEGA, A. C. Inovação e performance competitiva na indústria vitivinícola brasileira. *Ensaio FEE*, v. 33, número especial, p. 865-886, 2013.

LANDO, A. M.; BARROS, E. C. *A colonização alemã no Rio Grande do Sul, uma interpretação sociológica*. Porto Alegre: Editora Movimento, 1976.

LEBORGNE, D.; LIPIETZ, A. Idées fausses et questions ouvertes de l'après fordisme. *Espaces et Sociétés*, n. 66-67, p. 39-68, 1992.

LINS, H. N. Regulação local: problemática e ensaio de observação. *Ensaio FEE*, v. 27, n. 1, p. 153-178, 2006.

LINS, H. N. Interações, aprendizagem e desenvolvimento: ensaio sobre o turismo em Florianópolis. *Turismo – Visão e Ação*, v. 9, n. 1, p. 107-120, 2007.

LINS, H. N. A pós-modernidade e sua narrativa: o setor de turismo em debate. *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, v. 35, n. 1, p. 37-47, 2013.

MACHADO, A. L.; TOMAZZONI, E. L. A regionalização turística do Rio Grande do Sul e sua contribuição como referência para a gestão regionalizada do turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 5, n. 2, p. 226-247, 2011.

MARQUES, C. B.; SANTOS, C. H. S. A economia na rota turística do Vale dos Vinhedos, RS. *Saber Acadêmico*, v. 9, p. 152-174, 2010.

MOYANO ESTRADA, E. Inovação social, governança e desenvolvimento territorial. In: ORTEGA, A. C.; MOYANO ESTRADA, E. (Org.). *Desenvolvimento em territórios rurais: estudos comparados de Brasil e Espanha*. Campinas: Alínea, p. 87-101, 2015.

MOYANO ESTRADA, E.; ORTEGA, A. C. O significado das políticas europeias de coesão (2014-2020): uma aposta no enfoque territorial. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, v. 16, n. 30, p. 46-56, 2014.

NÁCHER, J. M.; CARPI, J. T. Aprender de uma região ganadora: turismo de masas y desarrollo local en la Comunidad Valenciana (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 9, n.3 e 4, p. 251-264, 2000.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie Rurale*, n. 261, p. 37-49, 2001.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. *Raízes*, v. 24, n. 1-2, p. 10-22, 2005.

PECQUEUR, B. De l'exténuation à la sublimation: itinéraire d'une notion et de ses déclinaisons. In: VANIER, M. (Org.). *Territoires, territorialité, territorialisation: controverses et perspectives*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, p. 19-30, 2009a.

PECQUEUR, B. A guinada territorial da economia global. *Política & Sociedade*, n. 14, p. 79-105, 2009b.

PESAVENTO, S. J. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1992.

PLANO de marketing do turismo do Rio Grande do Sul: 2012-2015. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2012.

PLOEG, J. D. van der. Newly emerging, nested markets: a theoretical introduction. IN: HEBINCK, P.; PLOEG, J. D. van der; SCHNEIDER, S. (Org.). *Rural development and the construction of new markets*. Abingdon: Routledge, p. 16-40, 2015.

PLOEG, J. D. van Der; JINGZHONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *The Journal of Peasant Studies*, v. 39, n. 1, p. 133-1773, 2012.

PORTER, M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, v. 76, n. 6, p. 77-90, 1998.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

RAIS (Relação Anual de Informações Sociais). Brasília, D.F.: Ministério do Trabalho, 2020. Obtido em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php>. Acesso em: 15 jun. 2020.

REQUIER-DESJARDINS, D. Multifonctionnalité, territoire et secteur agroalimentaire: une approche par les "systèmes agroalimentaires localisés". *Cahiers du C3ED*, Université de Versailles, n. 02-01, 2002.

RIO GRANDE DO SUL. SECRETARIA DE TURISMO, ESPORTE E LAZER. *Serra*. Porto Alegre, 2016. Obtido em: <http://www.turismo.rs.gov.br/regiao/1/serra> Acesso em: 16 mar. 2016.

ROCHE, J. *A colonização alemã e o Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Editora Globo, 1969.

ROSSA, L. Chocofest não será mais realizado em Gramado. *Jornal de Gramado*, 31 jul. 2015. Obtido em: http://www.jornaldegramado.com.br/_conteudo/2015/07/noticias/196319-chocofest-nao-sera-mais-realizado-em-gramado.html. Acesso em: 01 ago. 2016.

ROTHWELL, S. C. *The old Italian colonial zone of Rio Grande do Sul, Brazil*. Porto Alegre: Edições da Faculdade de Filosofia, 1959.

SINGER, P. *Desenvolvimento econômico e evolução urbana: análise da evolução econômica de São Paulo, Blumenau, Porto Alegre, Belo Horizonte e Recife*. 2.ed. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

STORPER, M. The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, v. 2, n. 3, p. 191-221, 1995.

TOMAZZONI, E. L. Análise do discurso turístico da serra gaúcha. *Em Questão*, v. 12, n. 2, p. 339-365, 2006.

URIELY, N. Theories of modern and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 24, n. 4, p. 982-985, 1997.

VALDUGA, M. C. *Desmitificando um modelo de desenvolvimento: a formação da sociedade do turismo na periferia do capitalismo*. 2007. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

VIDAL, R. P. *Turismo de eventos: uma opção para o desenvolvimento local de Gramado*. 2012. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas – Modalidade Ensino a Distância) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

WEBER, R.; WENCZENOVICZ, T. J. Historiografia da imigração polonesa: avaliação em perspectiva dos estudos sobre o Rio Grande do Sul. *História Unisinos*, v. 16, n. 1, p. 159-170, 2012.

ZANINI, M. C. C.; SANTOS, M. de O. As festas da uva de Caxias do Sul, RS (Brasil): historicidade, mensagens, memórias e significados. *Artelogie*, n. 4, p. 1-13, 2013.