

## TERRITÓRIOS TURÍSTICOS EM CONSTRUÇÃO NO BRASIL MERIDIONAL: A SERRA GAÚCHA EM FOCO

Hoyêdo Nunes Lins (UFSC – E-mail: [hoyedo.lins@ufsc.br](mailto:hoyedo.lins@ufsc.br))

**Resumo:** A Serra Gaúcha apresenta um forte crescimento turístico, historicamente. Na base figuram destacados atributos físico-naturais e socioculturais, os segundos ligados, notadamente, aos desdobramentos da imigração alemã e italiana no século XIX. As atividades em torno da produção de vinho e as festas típicas têm grande representatividade nesse turismo, exibindo maior destaque o município de Gramado, localizado ao sul da Serra Gaúcha, para o qual teve importância, no início, uma demanda regional ou estadual em busca de descanso e refúgio do calor durante o verão. A partir dos anos 1950 esse turismo ganhou ímpeto, com a implantação de novos equipamentos turísticos e a multiplicação e melhoria das condições receptivas. A atratividade cresceu continuamente e, devido aos resultados econômicos – inclusive na comercialização de produtos locais –, surgiram ações públicas e privadas, inter-relacionadas, para reforçar ainda mais o caráter turístico de Gramado. Foi crucial a opção pelo turismo de eventos, sobressaindo mais que tudo o Natal Luz, entre outros. Fruto de uma convergência de interesses em torno de “projeto” elaborado por agentes locais, essa modalidade consolidou o turismo e contribuiu decisivamente para caracterizar Gramado como um efetivo território turístico. Assim, os recursos territoriais da Serra Gaúcha foram “ativados” por ações coletivas, e o desenvolvimento do setor turístico agregou um novo e importante elemento aos atributos da área.

**Palavras-chave:** Territórios turísticos; Ações coletivas; Serra Gaúcha; Gramado; Turismo de eventos

### 1 Introdução

O setor de turismo foi um dos que mais cresceram internacionalmente no decorrer do século XX, e o papel das respectivas atividades na dinamização da economia e na promoção do desenvolvimento, em diferentes escalas espaciais, constitui um recorrente tema de estudo. A literatura traz abordagens sobre esse caráter do turismo, principalmente quanto aos vínculos com o desenvolvimento local ou regional, que salientam a importância da cooperação e das ações coletivas entre os agentes envolvidos no *trade* turístico ou que gravitam em torno do setor. Costuma-se assinalar que tais ações podem representar adequada valorização dos atributos dos territórios, ligados à história e aos patrimônios sociocultural e paisagístico-ambiental, atribuindo-lhes o papel de vetores de crescimento econômico e geração de emprego e renda.

Inspirado, de algum modo, nessa literatura, este artigo ocupa-se da área montanhosa do Rio Grande do Sul, focalizando principalmente a experiência “territorial-turística” do município de Gramado, cujo destaque no turismo da Serra Gaúcha é inequívoco. Estribado em pesquisa bibliográfica e documental, e explorando bases oficiais de dados, o estudo apresenta a trajetória turística dessa área com análise voltada, principalmente, para as ações executadas conjuntamente pelo empresariado e por atores das esferas política e governamental. Começa-se falando sobre território e turismo, em termos teóricos, para esboçar o referencial analítico. Depois caracteriza-se a região serrana do Rio Grande do Sul como espaço turístico, situando Gramado nesse contexto. Em seguida aborda-se a experiência desse município quanto à “construção” de um território turístico,

dando realce para as iniciativas que resultaram no (irrecusável) florescimento do turismo de eventos.

## **2 Território e turismo: balizamentos analíticos**

O campo analítico da abordagem desenvolvida neste estudo, sobre a experiência “territorial-turística” da Serra gaúcha e do município de Gramado, tem como demarcação as interfaces entre as questões relativas ao território e as que dizem respeito ao turismo.

A literatura sobre a dimensão espacial do desenvolvimento socioeconômico, crescente em quantidade e na diversificação das abordagens desde o Segundo Pós-Guerra, registra nas últimas décadas frequentes referências ao território. Muito mais do que simples alusão, essa incidência significa uma incontornável atribuição de grande importância – quer na reflexão sobre o desenvolvimento com dimensão espacial, quer na formulação de políticas visando a sua promoção – a aspectos ligados à história e à geografia, de uma parte, e à cultura e ao tecido institucional, de outra, assim como às interações sociais, de uma maneira geral.

O assunto admite (a rigor, impõe) pensar em termos multiescalares, pois não há como confundir, por exemplo, o território com o plano somente local. Mas a adjacência, ou mesmo a proximidade, é um aspecto importante da configuração do primeiro. De fato, considerado por Pecqueur (2009a) um espaço coletivamente vivido e percebido, 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).

Na literatura, não obstante observarem-se formulações com particularidades analíticas frequentemente motivadas pelas características dos processos estudados, por território entende-se, basicamente, “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). Particularidade e inter-relação – colocando em destaque, pela ordem, os aspectos referentes à diferenciação e à complementaridade – constituem, portanto, traços importantes do território como base da reflexão sobre o desenvolvimento nesse plano.

Quando o foco da análise recai sobre questões de dinâmica industrial, o termo território indica, para alguns autores, “um conjunto historicamente constituído de atividades econômicas interligadas [...] coordenado de várias maneiras por firmas, centros de pesquisa e outras agências econômicas e por governos locais e outras instituições sociopolíticas” (DUPUY, GILLY, 1999, p. 208). Para realidades rurais, a utilização escora-se em entendimentos como o que considera ser a “Ruralidade [...] um conceito de natureza territorial e não setorial [...]” (ABRAMOVAY, 2001, p.

A-3). Na base dessa percepção figuram as mudanças registradas nas últimas décadas no meio rural de diversos países, entre eles o Brasil. Tais mudanças permitem assinalar que “O desenvolvimento rural tem de específico o fato de referir-se a uma base territorial, local ou regional, na qual interagem diversos setores produtivos e de apoio, e nesse sentido trata-se de um desenvolvimento ‘multissetorial’” (KAGEYAMA, 2004, p. 388).

Além de espaço vivido e percebido, o território igualmente consiste em espaço “produzido”. Isso significa levar em conta a expressão da vontade, isto é, as iniciativas que plasmam o ambiente físico e material, em sintonia com um projeto territorial. Nessa perspectiva, o termo que se impõe é “territorialização”, cujo conteúdo remete à intencionalidade com respeito à “estruturação do território, ou sua reprodução ou ainda a subversão de um território existente” (DEBARBIEUX, 2009, p. 29). Tem realce nesse processo a “[...] territorialização das coordenações, fabricando o território e instaurando relações de territorialidade entre os homens [...]” (PECQUEUR, 2009a, p. 209). Com efeito, “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, pelos atores, 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). 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).

Segundo os registros de diferentes experiências, em estudos específicos, também o turismo pode (e costuma) figurar na “cesta de bens e serviços” territoriais referida no tópico anterior. Não é raro que sua manifestação ocorra em complementaridade e interdependência com outras ofertas dos territórios, podendo influenciar a totalidade do tecido produtivo e, mais amplamente, as interações sociais nessa escala. É assim em diferentes países, onde até mesmo florescem, em numerosas situações, estratégias objetivando uma melhor participação na chamada “cadeia global de valor do turismo” (CHRISTIAN *et al.*, 2011).

Para diversos espaços assim implicados, a literatura faz referência à presença de *clusters* turísticos, estruturados em torno de atrativos naturais ou construídos e exibindo constelações de atividades de hospedagem, alimentação, entretenimento e diversos outros serviços, inclusive de

natureza cultural. Instituições públicas e privadas, com atuação em planejamento e realizando coordenação e governança, igualmente figuram como agentes em tais *clusters*. Às atividades com esses perfis somam-se diversas outras, até mesmo em formação e capacitação de recursos humanos para funções associadas ao turismo. Esses ambientes tendem a ostentar percursos de “aprendizagem”, com reflexos no aperfeiçoamento das práticas e na melhoria da oferta turística, até repercutindo em inovações (LINS, 2007).

Destaque-se que, integrando em diferentes circunstâncias a “cesta de bens e serviços” do território, quer dizer, participando da oferta compósita e localizada referida por Pecqueur (2001), o próprio turismo apoia-se no entrelaçamento de vários setores ou atividades. Sua emergência implica, dessa maneira, intensas e “espessas” inter-relações, conformando, em conjunto, situação de clara interdependência. Realmente, em estruturas territoriais entre cujas atividades 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).

Todavia, assim como o bom desempenho de um pode melhorar as possibilidades dos demais, repercutindo positivamente em nível de sistema territorial, más condutas podem gerar efeitos na direção contrária. Há riscos nesse sentido, principalmente, quando práticas individuais concorrem para erodir as próprias bases da atratividade turística, em ações de *free riders* com potencial para desestabilizar ou comprometer as estruturas territoriais com importância para o turismo, do mesmo modo como Gilly e Pecqueur (1995) assinalam com respeito às aglomerações produtivas em geral.

Daí a importância da cooperação e das ações de índole coletiva, envolvendo coordenação ou governança apta a canalizar as condutas individuais para resultados que representem o “bem comum”, vale dizer, com desdobramentos positivos em termos socioterritoriais. Condutas com esse perfil tendem a ser observadas quando os atores se convencem de que atuar em sintonia com preceitos de estabilidade e reprodução do sistema territorial pode representar maiores benefícios individuais caso.

Trajetórias positivamente diferenciadas de áreas turísticas, mormente quanto ao enfrentamento das dificuldades e dos desafios, tendem a apresentar maneiras de agir dos implicados agentes impregnadas de atenção para o interesse coletivo. Como observam Nácher e Carpi (2000), em pesquisa sobre várias localidades turísticas pertencentes à Comunidade Valenciana, na costa mediterrânea da Espanha,

A necessidade de coordenação coletiva na produção do turismo pode ser demonstrada analítica e teoricamente [...], mas é também fortemente corroborada pelos fatos. Dedicar muito 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 maior for a coordenação e a cooperação existentes no início e no amadurecimento [dos destinos turísticos], maiores as probabilidades de que seja gerada uma cultura local capaz de reagir com flexibilidade a novos desafios (NÁCHER, CARPI, 2000, p. 262-263).

Cabe ainda assinalar que, uma vez “ativados”, os recursos territoriais determinam o florescimento e a consolidação local do setor de turismo, ampliando a “cesta de bens e serviços” ofertados. Há turismo, nesses casos, porque há território, com atributos que atraem visitantes na condição de turistas. Mas o turismo, uma vez enraizado, incorpora-se ao conjunto de particularidades do território e torna-se um aspecto da caracterização deste, inclusive ampliando o conjunto de traços que autorizam o uso do termo “território”. Na relação entre território e turismo, portanto, o segundo “decorre” do primeiro, que o condiciona. Mas, ao mesmo tempo, o território passa a ter no turismo um elemento (a mais) da sua própria caracterização como tal. Está-se diante, por conseguinte, de uma influência recíproca, cuja percepção exige considerar o processo histórico.

Outro aspecto é que o turismo expande, potencialmente, as possibilidades de ocupação e geração de renda, direta ou indiretamente, pelos efeitos multiplicadores e de indução, com reflexos até nas atividades de manutenção e aprimoramento das condições receptivas (envolvendo infraestruturas diversas, por exemplo). Como a atratividade costuma se escorar, em várias modalidades de turismo, na qualidade ambiental e paisagística e na presença de aspectos socioculturais mais ou menos próprios, pode-se considerar que o turismo há de significar – também potencialmente – zelo pela preservação e sustentabilidade dos atributos territoriais. Numa palavra, tem sentido vincular analiticamente o funcionamento do setor turístico, na escala territorial, à questão mais ampla do desenvolvimento local.

### **3 Caracterização da Serra Gaúcha como espaço turístico**

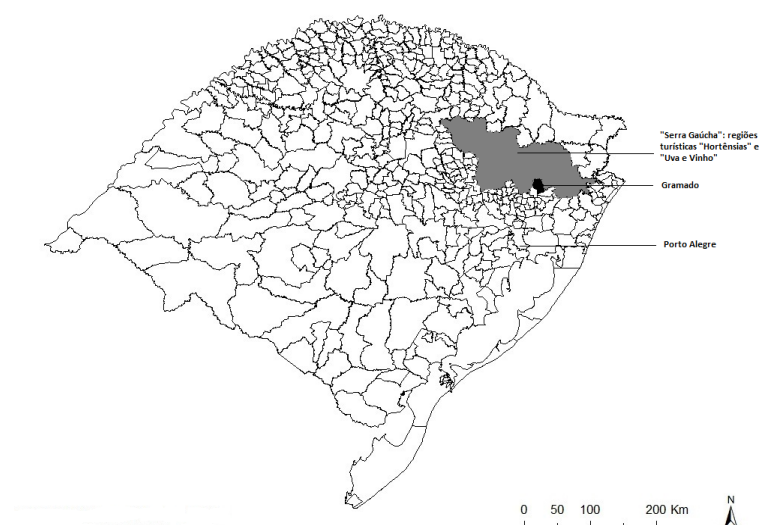
O município de Gramado, destaque no presente estudo, situa-se em área do Rio Grande do Sul identificada como Serra Gaúcha em diferentes referências institucionais ou informais. Para situar e ambientar Gramado como localidade turística é útil apresentar primeiramente algumas características dessa área.

No Mapa do Turismo Brasileiro, elaborado pelo Ministério do Turismo no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, a Serra Gaúcha corresponde mais ou menos ao conjunto do que é identificado como região turística Hortênsias, de um lado, e região turística Uva e Vinho, de outro. Essas regiões são formadas por cinco e por trinta e nove municípios, respectivamente (BRASIL, 2013a), sendo Gramado pertencente à primeira. A localização desse município, assim como da Serra Gaúcha como um todo, encontra-se indicada na figura 1.

A Serra Gaúcha também corresponde, de forma aproximada, ao espaço formado pelas microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul, de acordo com a configuração definida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Desse modo, podem ser utilizados dados

correspondentes essa escala microrregional para caracterizar essa grande área turística, em termos sociais e econômicos, mesmo que os traços ressaltados sejam poucos e tenham caráter geral.

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 cumpre esse papel, utilizando informações do Censo Demográfico de 2010. Observa-se que, somadas, as duas microrregiões concentravam exatamente 10% da população residente total do Rio Grande do Sul. A maior proporção dizia respeito à microrregião Caxias do Sul, onde se localiza, assinala-se, a segunda maior cidade do estado, um importante centro industrial: Caxias do Sul, com 435,6 mil habitantes naquele ano (Porto Alegre, a capital, registrava 1.450,5 mil).

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

Estado e microrregiões		Rio Grande do Sul		Microrregião Gramado-Canela		Microrregião Caxias do Sul	
Indicadores							
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	[100,0]	257.751	[100,0]	678.434	[100,0]
	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 – Censo Demográfico de 2010 (IBGE, 2010)

Sobre aspectos socioeconômicos, cabe assinalar que as duas microrregiões exibiam taxa de alfabetização, para pessoas de dez anos ou mais, consideravelmente superior à média estadual. No que concerne aos rendimentos, ambas mostravam situação melhor, em regra, no cotejo com as condições do estado. O Rio Grande do Sul como um todo concentrava 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 superior a 13%. A percentagem na faixa entre mais de 1 SM e 5 SM era inferior a 41% no plano estadual, e de 52% e 56% nas microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul, nessa ordem.

Situação parecida transparece nos dados sobre os domicílios. Para o estado, atingia 16,3% do total – uma proporção muito maior do que nas referidas microrregiões – a presença de domicílios particulares permanentes na classe de rendimento nominal mensal de até  $\frac{1}{2}$  SM. Ao contrário, era mais elevada, na comparação com o estado – e, no tocante à microrregião Gramado-Canela, era bastante mais alta –, a participação na classe de rendimento de mais de  $\frac{1}{2}$  SM a 2SM dos domicílios localizados nessas microrregiões. Com respeito aos de mais de 2SM até 5SM, a microrregião de Caxias do Sul tinha especial destaque: concentração de 26% do total de domicílios, ante quadro de 17% no nível estadual.

Os aspectos da Serra Gaúcha que representam recursos territoriais aptos a atrair turistas são aludidos inclusive na página da internet disponibilizada pela Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul, pertencente ao governo do estado. Nesse ambiente virtual, entre cujas atribuições perfila-se a divulgação turística do Rio Grande do Sul, 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, S.d, S.p.).

Esse texto de *marketing* é, de fato, sugestivo sobre o que subjaz ao envolvimento da Serra Gaúcha com o turismo. Os termos ou expressões “paisagem”, “ares diversificados”, “mosaico de cenários” e “natureza exuberante” remetem a patrimônio paisagístico-natural montanhoso e de grande beleza, com vegetação rica em vários locais, registrando-se rios e quedas d’água e a ocorrência de temperaturas muito baixas durante o inverno. Nessa estação não está ausente a precipitação de neve, como se observa igualmente na área de serras do vizinho estado de Santa Catarina, onde costumam ser anotadas as menores temperaturas do Brasil.

As indicações “cultura”, “herança da colonização”, “arquitetura” e “força do povo”, de sua parte, evocam os reflexos do processo de ocupação da área, notadamente ao longo do século XIX, por imigrantes alemães e italianos em primeiro lugar. Entre outras origens, registra-se a polonesa,

segundo indicação de Weber e Wenczenovicz (2012) sobre a década de 1890. O contexto brasileiro, como assinala Furtado (1987), era de agravamento do problema da mão de obra para a agricultura, associado ao término do uso de escravos; buscar alternativas constituía, assim, algo prioritário. Nas origens europeias exibiam destaque, como vetores, intensas mudanças políticas (unificação italiana, por exemplo) e econômicas (forte crescimento industrial, que tanto piorava as condições de vida de muitos trabalhadores como deslocava contingentes por conta da mecanização) que produziam ou aprofundavam tensões sociais.

Dessa confluência resultou uma grande corrente migratória em direção a vários países, entre eles o Brasil. São Paulo, com as urgências da lavoura cafeeira, foi especialmente contemplado, e o envolvimento da porção mais ao sul do território brasileiro refletiu, segundo Pesavento (1992), uma combinação de interesses (no centro econômico nacional) sobre o povoamento de áreas desabitadas e sobre a produção, principalmente de alimentos, voltada ao abastecimento do mercado interno. O influxo nutriu a progressiva formação de uma rede de núcleos de colonização, representativa de mudança, processada ao longo do tempo, do perfil populacional do Rio Grande do Sul (e também de Santa Catarina) e do quadro que levou Cardoso (2003, p. 86) a afirmar que “o papel desempenhado pela mão-de-obra escrava foi decisivo na economia rio-grandense.”

A corrente migratória alemã teve início já nas primeiras décadas do século XIX. O fluxo de origem italiana desenvolveu-se somente a partir dos anos 1870.

Marco importante da primeira corrente foi a criação em 1824, pelo governo imperial do Brasil, de São Leopoldo, distante pouco mais de 30 km de Porto Alegre, na direção norte. O processo, pouco regular nos seus primeiros anos, foi interrompido em 1830 por conta de legislação sobre orçamento e depois viu-se longamente impedido pela Revolução Farroupilha (ou Guerra dos Farrapos, desdobrada entre 1835 e 1845). Na retomada, ao final desse conflito, os imigrantes alemães foram dirigidos para locais cuja colonização acabou compondo uma “mancha” ocupacional a oeste de São Leopoldo, na base da serra e nas encostas, em movimento que mostrou intensidade até mais ou menos 1875 (ROCHE, 1969; LANDO, BARROS, 1976). A produção colonial, diversificada e oriunda de propriedades majoritariamente pequenas, destinava-se inicialmente a Porto Alegre, que depois passou a representar canal de escoamento para outros mercados (embora o porto de Rio Grande sobressaísse nesse processo), conforme Singer (1977).

No último quartel do século XIX, o Rio Grande do Sul assistiu ao engrossamento da imigração italiana, no que constituiu a última etapa de um processo de povoamento tão longo quanto sinuoso. Marco temporal significativo é o ano de 1875, com o início da Colônia Caxias (germe da atual Caxias do Sul), abrindo a fundação sequenciada de várias outras colônias. Diferentemente da colonização alemã, tratava-se, agora, de terras altas.



A imigração alemã, em sua expansão, seguiu os vales dos rios da Depressão Central, interrompendo-a nas encostas inferiores da Serra Geral. Assim, a encosta superior permanecia desabitada. [...] Foi esta região utilizada para a localização dos imigrantes italianos, que vão ocupar as 32 léguas quadradas cedidas pelo governo Imperial [do Brasil] para este fim (GIRON, 1980, p. 61).

Chegados meio século depois dos alemães, os italianos foram assentados em terras de qualidade geralmente inferior, em termos comparativos. Isso significou concorrência em situação de desvantagem com os produtos dos primeiros, os quais, além de tudo, já haviam estruturado um sistema de comercialização (envolvendo transporte) que lhes favorecia, outorgando bons negócios e permitindo acumulação de capital, com posteriores repercussões no setor industrial (PESAVENTO, 1992). A ênfase na vitivinicultura foi uma opção bastante explorada pelos italianos, ao lado da lavoura de milho e da suinocultura.

O vinho, sobretudo, tornou-se o produto por excelência do que Rothwell (1959) chamou de “velha zona italiana colonial” do Rio Grande do Sul. Em torno dele, importantes interações sociais e econômicas ganharam vulto, envolvendo viticultores e donos de estruturas para produção vinícola, os “cantineiros” no dizer de Santos (1980), vários dos quais progrediram para a condição de importantes e influentes empresas durante o século XX. Esse processo marcou principalmente o período após os anos 1950: se até a década de 1960 a situação dessa indústria suscitava escasso entusiasmo, a partir dos anos 1970, com intensidade crescente nas décadas seguintes, os investimentos e aprimoramentos realizados outorgaram saltos de qualidade e no desempenho comercial (CARACTERIZAÇÃO..., 2000).

Pode-se dizer, portanto, que a Serra Gaúcha constitui um verdadeiro território, no sentido assinalado anteriormente, pois reúne elementos históricos, sociais e culturais, com especificidades que autorizam, de algum modo, uma delimitação espacial. Além de uma base natural e paisagística particular, combinando diferentes aspectos associados à altitude, com diversidade topográfica (montanhas, vales, planalto) e na cobertura vegetal, a área exibe uma carga sociocultural específica, traduzida em costumes, festejos e gastronomia, entre outros aspectos. O mesmo pode ser dito sobre a paisagem criada ou construída, em que sobressaem edificações de estilo alemão e italiano e áreas de produção agropecuária e industrial diversificada, destacando-se a uva e o vinho na porção mais italiana. Têm presença igualmente destacada vários setores ou segmentos industriais, da mecânica e metalurgia aos móveis de madeira e à cadeia do vestuário (roupas, calçados), em que atuam algumas empresas de grande porte, como na área de Caxias do Sul, e muitas de menor tamanho.

Na estrutura urbana possuem maior destaque, em termos de 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 de, pela ordem, 63,6 mil, 27,1 mil e 20,1 mil, naquele Censo).

Gramado situa-se na borda da parte da Serra Gaúcha em que foi mais intensa a ocupação alemã no século XIX.

Os referidos recursos territoriais permitiram e impulsionaram uma nova atividade na Serra Gaúcha: o turismo. Enraizando-se, esse setor tornou-se, ele próprio, um aspecto a mais – poder-se-ia dizer, um recurso – do território, incorporando-se ao conjunto de traços que permitem designar a Serra Gaúcha como um território. Trata-se aqui do ângulo relativo à “produção” do território, ou à “territorialização”, conforme o realce dado no início do artigo.

Essa região sempre se destacou no setor de turismo do Rio Grande do Sul. Não é equivocado afirmar que os efetivos primeiros passos turísticos nesse estado implicaram, justamente, a Serra Gaúcha, a julgar por abordagens como as apresentadas em Flores (1993). De fato, já no início do século XX, nos períodos estivais, famílias da capital do estado hospedavam-se em hotéis dessa área em busca do clima ameno proporcionado pela altitude. As repetidas iniciativas de regionalização turística, tipo de atividade no qual o Rio Grande do Sul mostra pioneirismo em escala nacional, refletem a importância dessa área desde as ações protagonizadas na década de 1970, quando a prática foi iniciada (MACHADO, TOMAZZONI, 2011).

Na porção da Serra Gaúcha em que foi intensa a colonização de origem italiana, o setor turístico apresenta-se fortemente – senão por completo – influenciado por aspectos representativos de heranças daquele processo, constituindo até, pode-se dizer, uma “repercussão” deste. Em 1931 a cidade de Caxias do Sul inaugurou o evento que celebraria a cada dois anos, desde então, esse movimento de colonização, procurando preservar, cultivar e fortalecer 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. Exibindo diversas fases num percurso de muitas décadas, essa festa acabou definitivamente incorporada ao calendário turístico estadual e chegou a adquirir contornos de evento com amplitude nacional (ZANINI, SANTOS, 2013).

A produção vitivinícola aparece como centro de gravidade da visitação e, por isso, do dinamismo turístico dessa parte da Serra Gaúcha. A instituída Rota Turística do Vale dos Vinhedos, desdobrada entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, é a mais clara tradução desse aspecto do turismo regional. Parreiras, cantinas e vinícolas, assim como a colheita de uvas e a produção de vinhos, tornaram-se objetos e motivos de presença turística, atraída, além de tudo, pelas possibilidades de alojamento e, talvez em primeiro lugar, pela gastronomia (que inclui degustação e consumo de vinho).

Assinale-se que essa gastronomia enseja a realização de numerosas festas na área, ostentando maior destaque, além da assinalada Festa Nacional da Uva, as também bianuais Festa Nacional do Vinho, em Bento Gonçalves (iniciada em 1967), e Festa Nacional do Champanha, em Garibaldi, inaugurada em 1981 (BORTNOWSKA, ALBERTON, MARINHO, 2012).

Possibilidades de lazer e entretenimento de contornos mais gerais exibem, igualmente, vínculos com a estrutura vitivinicultora, conforme ilustrado pelo funcionamento da Ferrovia do Vinho, estruturada desde Bento Gonçalves e exibindo no roteiro diferentes municípios e atividades gastronômicas, folclóricas, culturais e de compras (já que a Serra Gaúcha disponibiliza um diversificado rol de produtos locais, como alimentos, roupas e calçados, uma característica já sublinhada).

O enoturismo veio a se tornar, assim, um importante elemento da economia organizada em torno da vitivinicultura nessa região. Numerosos e diversos tipos de agentes participam dessa economia, compondo cadeia de produção e distribuição que interage com “espessa” base institucional, conforme ressaltam Marques e Santos (2010) em estudo sobre o Vale dos Vinhedos. Nesse arcabouço institucional destacam-se, além da Associação dos Produtores de Vinhos Tintos do Vale dos Vinhedos, também a Universidade de Caxias do Sul (com o seu Instituto de Biotecnologia), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa Uva e Vinho) e o Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves, que operam em cooperação, tipo de relacionamento também incidente entre vinícolas, entre agricultores e entre ambos, e desses com as instituições (JEZIORNY, ORTEGA, 2013).

O turismo assim impulsionado passou a constituir, ele próprio, um traço ou um atributo da área, incorporando-se ao conjunto de fatores que permitem referir à Serra Gaúcha como um território. Contribuiu para esse processo uma intensa exposição midiática, com propaganda farta que exalta as características locais e informa sobre os eventos. No conjunto, trata-se de discurso de *marketing* que “cria” uma imagem turística aderente ao território (TOMAZZONI, 2006). É sugestivo desse movimento geral o fato de a formação superior em turismo ter sido incorporada às atividades acadêmicas de diversas instituições instaladas em municípios da região, sendo a mais importante a Universidade de Caxias do Sul, com cursos de graduação (em mais de um campus) e também de pós-graduação.

A Serra Gaúcha exhibe, dessa maneira, incontestável destaque no setor turístico riograndense no período atual. A presença de serviços relacionados é um importante indicativo. A tabela 2 informa, para o Rio Grande do Sul como um todo e para as microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul (o que se abordou nos parágrafos anteriores diz respeito principalmente à segunda), sobre estabelecimentos e empregos em: hotéis e similares e em outros tipos de hospedagem; restaurantes e serviços semelhantes (como bares); agências de viagens; operadores turísticos; serviços de reservas e outros. O maior destaque regional situa-se no setor de hospedagem, pois em 2014 as duas microrregiões concentravam, em conjunto, 19% e 25% de todos os estabelecimentos hoteleiros e similares e dos empregos correspondentes, nessa ordem, do Rio Grande do Sul.

Observe-se que esses dados referem-se ao emprego com carteira assinada, já que a fonte é a Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego. Considerando-se que boa parte dos estabelecimentos da área, principalmente os pequenos hotéis e pousadas, é administrada no âmbito familiar, como sugere Faraco (2005), o trabalho ligado aos meios de hospedagem na Serra Gaúcha ultrapassa de muito, provavelmente, os pouco menos de 4.500 postos registrados nas estatísticas oficiais para 2014. Também nos serviços de agências de viagens a região exibe proporção elevada, ligeiramente inferior a 1/5 dos totais gaúchos tanto para estabelecimentos como para empregos.

Tabela 2 – Rio Grande do Sul e microrregiões Gramado-Canela e Caxias do Sul: presença de serviços ligados ao setor turísticos: 2014

Indicadores			Hoteis e similares	Outros tipos de alojamentos	Restaur. e serviç. semelhantes	Agências de viagens	Operadores turísticos	Serviços de reservas e outros
Estado e microrregiões								
Estabelecimentos	Rio Grande do Sul	N.	1.721	332	13.942	927	29	37
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Microrregião Gramado-Canela	N.	239	28	644	72	4	3
		%	13,9	8,4	4,6	7,8	13,8	8,1
	Microrregião Caxias do Sul	N.	91	22	1.301	99	1	2
		%	5,3	6,6	9,3	10,7	3,4	5,4
Empregos	Rio Grande do Sul	N.	17.524	1.956	72.297	4.471	96	114
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Microrregião Gramado-Canela	N.	3.108	198	3.147	399	4	5
		%	17,7	10,1	4,3	8,9	4,2	4,4
	Microrregião Caxias do Sul	N.	1.337	212	6.388	407	4	7
		%	7,6	10,8	8,8	9,1	4,2	6,1

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) – 2014

Obs.: Os dados referem-se às seguintes Classes da CNAE 2.0: 55.10-8 – Hoteis 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

A Serra Gaúcha turística transcende amplamente, contudo, o território de maior incidência da colonização italiana. O espaço em que essa colonização mesclou-se com as estruturas criadas pela precedente e volumosa fixação de imigrantes de origem germânica também registra importante presença de atividades desse setor. O município de Gramado cintila como destino privilegiado nessas latitudes.

#### 4 Gramado: construção de um destino turístico

Conforme sugerido inclusive em estudos de natureza acadêmica, como o elaborado por Casagrande (2006), Gramado figura na área da Serra Gaúcha em que a ocupação por alemães, ao longo do século XIX, se entremeou mais fortemente com aquela protagonizada por italianos. Assim caracterizado, o município cintila nessa região como um importante destino turístico do sul do Brasil, seguido nesse aspecto pelo adjacente município de Canela. Sua atratividade mostra-se multissecular.

#### ***4.1 Atratividade e trajetória turística***

Principalmente por seus recursos em água e pastagem, o local onde surgiria Gramado representava atraentes possibilidades de repouso e recuperação de forças em um dos percursos das tropas que, desde o século XVIII, levavam animais de carga e corte do extremo sul do Brasil para as feiras de São Paulo. O trajeto referido era o chamado Caminho de Viamão. Tal aspecto autoriza assinalar que, embora a presença alemã e italiana prepondere nessa porção da Serra Gaúcha, é necessário referir igualmente à participação de, pelo menos, luso-brasileiros na história (longa) que originou aquela localidade.

Os recursos naturais escoraram os primeiros passos do turismo local. A combinação de altitude (830 metros acima do nível do mar) e de atributos como vegetação exuberante, cascatas e córregos, compondo atrativos paisagísticos e sinalizando variadas formas de lazer, magnetizava desde o início do século XX fluxos de viajantes oriundos da região de Porto Alegre, notadamente (hoje a distância entre a capital gaúcha e Gramado, por rodovia, é de praticamente 100 km). Buscar o descanso nos finais de semana era uma recorrente motivação dos que se dirigiam à área. Traduzindo uma procura de refúgio em face do calor estival, a frequência era mais concentrada entre dezembro e fevereiro, o que caracterizava os visitantes como veranistas, cuja permanência no local variava de duas a quatro semanas, segundo Dorneles (2001).

O início da década de 1920 trouxe uma importante (e decisiva) realização: trecho de ferrovia interligando Porto Alegre e Gramado foi inaugurado, fazendo crescer a procura pela área. Assim, em busca de um clima mais ameno, os veranistas se multiplicaram, o que repercutiu na construção de numerosas casas de veraneio e no aumento e melhoria das condições de hospedagem e alimentação, em especial dos anos 1930 em diante. Ao mesmo tempo, Gramado ganhou reputação como estação climática, recomendada por médicos ao tratamento de doenças respiratórias. De outra parte, estimulados pelas melhorias e atraídos pelos acenos locais, contingentes socioprofissionais diversos passaram a se instalar, nutrindo a evolução de um núcleo urbano com feições, cada vez mais, de centro comercial e social.

Mas, como não é raro acontecer na história das destinações turísticas, Gramado logo começou a sentir os efeitos da concorrência, manifestada no próprio estado do Rio Grande do Sul. De acordo com Arruda (2008), a constituição e o desenvolvimento, na década de 1940, de balneários litorâneos como Tramandaí – a frequência aos quais, à época, era sugerida até por razões medicinais, segundo Correa (2010) – afetaram a demanda de veranistas por Gramado. Esse processo não deixou de afetar a estrutura receptiva local, notadamente no segmento de hospedagem, um quadro que pode ser interpretado como de crise do “modelo” de turismo então praticado.

A emancipação de Gramado em 1954, desvencilhando-se da condição de distrito do município de Taquara, abriria um novo período na trajetória turística da área, inclusive por tornar

possível um projeto de desenvolvimento local tendo o turismo como centro de gravidade. A execução desse projeto, de acordo com Generosi (2011), teria motivado a pressão gramadense em esferas administrativas estaduais pelo asfaltamento da rodovia entre Porto Alegre e Nova Petrópolis (município limítrofe a Gramado).

A trajetória turística assim estimulada ocorreu lado a lado, ao menos nas primeiras décadas, com o crescimento de atividades como fabricação de calçados e malhas e de 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 ornamentação no entorno que incluiu árvores trazidas da Alemanha, e o Parque Knorr, estruturado ao redor de uma edificação em estilo bávaro dos anos 1940 – ambiente no qual foi criada, na década de 1980, a Aldeia do Papai Noel, com diversas possibilidades de lazer e entretenimento e reconhecida como uma das mais divulgadas e admiradas atrações locais –, sobressaem nas ações executadas para enriquecer e fortalecer o caráter de destinação turística ostentado por Gramado.

Mas a iniciativa que se revelou precursora, na orientação privilegiada localmente pelo setor de turismo nas décadas seguintes, foi a Festa das Hortênsias, organizada pela primeira vez em 1958. Valduga (2007) informa que essa flor fora levada de Petrópolis (RJ) para a região em 1918 e que o plantio foi volumoso e disseminado, tanto assim que, quarenta anos depois, seu nome foi escolhido para a indicação de festejo comunitário destinado a exaltar as características locais, objetivando atrair visitantes.

Não parece existir equívoco de que a Festa da Colônia, realizada até os dias de hoje desde 1985, representa uma derivação direta daquela primeira manifestação coletiva. Celebrando e valorizando diferentes aspectos da origem alemã ou italiana de substancial parcela da população de Gramado (e da Serra Gaúcha), tal festa costuma implicar fortemente os moradores. O evento mostra-se importante, em especial, para os habitantes do meio rural, já que durante a sua realização são expostos e comercializados alimentos e produtos do artesanato e ocorrem desfiles de carretas e manifestações folclóricas e culturais, como danças (DORNELES, 2001).

A inspiração representada pela pioneira Festa das Hortênsias e a indução decorrente da sua realização repercutiram mais amplamente. Tem sentido estender essa influência, quanto ao aspecto de estímulo à concepção e à prática de eventos com fins turísticos, ao Festival de Cinema, organizado pela primeira vez em 1973, e à Feira de Artesanato, também inaugurada nos anos 1970, entre outros. Como se destacará na segunda parte desta seção, dedicada à expansão do turismo de eventos em Gramado, a promoção dessa modalidade adquiriu contornos de orientação estratégica no percurso turístico da área.

A presença do turismo na socioeconomia gramadense ampliou-se cada vez mais, enraizando-se o entendimento de que as possibilidades de desenvolvimento local estariam

irrevogavelmente associadas ao fortalecimento do setor. É sugestiva a esse respeito uma iniciativa como a de introduzir a disciplina “Educação para o turismo” na estrutura curricular das escolas do município, conforme indicado por Arruda (2008). Nesse processo, setores de atividades que floresceram desde os anos 1960 – por exemplo, a já mencionada produção de malhas, assim como as de calçados, móveis de madeira e chocolate – passaram a contar entre os atrativos turísticos locais, pois se lhes associou uma (presumivelmente) sedutora indicação territorial, outorgando referência como “produtos de Gramado” ou “marcas de Gramado”.

Dessa forma, uma roupagem de turismo de compras acabou incorporada ao setor turístico local. Em todos os casos, isso ocorreu em total sintonia com os aspectos do “ambiente europeu”, notadamente “alemão”, privilegiado nas ações de promoção – mediante imagens criadas e a força do *marketing*, destinadas a continuamente reforçar tal atmosfera – para tipificar o referido destino. Isso contribuiu, de algum modo, para impelir as mencionadas atividades produtivas, embora a fabricação de calçados, uma das mais importantes da área, tenha sido fortemente atingida pelas consequências da abertura comercial do Brasil na década de 1990.

A movimentação turística, simultaneamente reflexo da atratividade associada a esse conjunto de atributos territoriais e vetor do fortalecimento e da expansão destes, reverberou na capacidade local de hospedagem e alimentação. O crescimento desse aparato, refletindo-se na arquitetura e nas opções gastronômicas e com adesão ao projeto de recriação de ambiente com perfil europeu, favoreceu e certamente estimulou o engrossamento do fluxo de visitantes. Pode-se pensar sobre o assunto, por conseguinte, nos termos de um *feed-back* contínuo entre a oferta e a demanda turísticas.

A percepção de que a “paisagem de perfil europeu” goza de elevado apreço entre os turistas, robustecendo a atratividade, parece ter influenciado comportamentos coletivos voltados à preservação e ao fortalecimento da imagem de cidade limpa, organizada e bonita, quase uma cidade-jardim, estruturada como um grande produto turístico. Práticas assim marcadas derivariam, segundo visão aparentemente compartilhada por numerosos atores sociais locais, de uma condizente canalização de condutas individuais. Manifestadas “espontaneamente”, tais condutas traduziriam o reconhecimento de que o turismo tem grande e incontornável importância socioeconômica na área.

De outra parte, o evidente simulacro incrustado no epíteto “atmosfera européia” representa um caso entre muitos, observados na escala internacional, de construção de destinos turísticos que, criando ou inventando atrativos, exploram e ativam a imaginação dos visitantes (DREAM..., 1998). Essa questão goza de realce no debate sobre as mudanças contemporâneas no setor de turismo, em especial na teorização que classifica e contrasta o turismo dito “moderno” e aquele considerado “pós-moderno” (LINS, 2013). É forçoso reconhecer que, mesmo escorado em ficção (“ambiente europeu”), o feixe de iniciativas protagonizadas deu origem a uma efetiva realidade turística, a uma

materialidade que, derivada de atributos territoriais (socioculturais, históricos, naturais), incorporou-se a tais atributos, ampliando-os e diversificando-lhes os contornos. Nesse processo, Gramado adquiriu um conteúdo de “território turístico”.

Abordagens desenvolvidas no âmbito da antropologia ajudam a iluminar a problemática da criação de destinos turísticos, escorados ou não em simulacros. À luz do correspondente debate, pode-se considerar que soa ingênuo “pensar que um local possa ser “naturalmente” turístico. Seu reconhecimento como “turístico” é uma construção cultural – isto é, envolve a criação de um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada” (CASTRO, 1999, p. 81).

Em Gramado, essa construção nutriu trajetória turística que há de guardar relação com dinâmica demográfica retratada, a partir dos anos 1970, em crescimento populacional a taxas consideravelmente superiores às aquelas observadas para o Rio Grande do Sul como um todo. Deve-se assinalar, todavia, que Gramado situa-se em área do estado gaúcho onde foi comparativamente mais forte o crescimento demográfico na primeira década do século XXI, contrastando com imensa superfície, do norte ao sul da franja oeste, em que se constatou perda de população (GOVERNO..., 2014). Seja como for, o dinamismo registrado fez aumentar em mais de 50% a participação de Gramado na população estadual 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

Foi central nesse crescimento turístico, como já assinalado, a orientação local para o turismo de eventos, adotada mais claramente nos anos 1970 e com proeminente e crescente presença desde então.

#### **4.2 Produção do turismo em Gramado: a proeminência da modalidade eventos**

A percepção de que o turismo era o esteio básico da economia local, vale dizer, o alicerce das possibilidades de reprodução social naquele território, acabou por colocar no centro das decisões e das iniciativas estratégicas locais o problema da sustentação do fluxo de visitantes no tempo. Como tende a ocorrer em diferentes redutos turísticos, a quebra da sazonalidade – que representa alternância de períodos com grandes concentrações de turistas (como as férias escolares)



e outros de maior ou menor ociosidade na utilização do aparato receptivo instalado – tornou-se um importante alvo. A orientação escolhida, repetindo o que se observa em numerosas áreas turísticas onde se manifesta o interesse em reduzir as flutuações da demanda, foi atribuir destaque quase absoluto ao turismo de eventos.

Essa modalidade pertence ao conjunto de práticas que o Ministério do Turismo do Brasil identifica pela denominação “Turismo de Negócios & Eventos”, todas aptas a contribuir, potencialmente, para uma melhor distribuição temporal da movimentação turística. Uma importante particularidade incrustada no bloco relativo aos eventos vincula-se à “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 que o turismo de eventos tem crescido rapidamente em escala mundial, a julgar pelas informações disponibilizadas por instituições como a *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2015). Estados Unidos e países europeus como Alemanha, Espanha, França e Reino Unido lideram em termos de quantidade de realizações nos últimos anos. Em 2015 o Brasil figurou em 11<sup>a</sup> posição nesse *ranking*, o que certamente espelha a organização de eventos como, entre outros – e mencionando somente os de natureza esportiva e grande alcance –, os Jogos Pan-Americanos, no Rio de Janeiro, em 2007, a Copa das Confederações (futebol), em 2013, e a Copa do Mundo de Futebol, em 2014, em trajetória que culminou com os Jogos Olímpicos e os Jogos Paraolímpicos de 2016, no Rio de Janeiro.

O envolvimento do Brasil com essa maneira de protagonizar turismo revela-se crescente, conforme sublinhado em publicação conjunta da Associação Brasileira de Empresas de Eventos e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (ABEIOC-SEBRAE, 2014). Não causa surpresa, desse modo, o destaque atribuído a esse tipo de prática na formulação do Plano Nacional de Turismo 2013-2016 (BRASIL, 2013b), onde se acentuou o grande significado do turismo de eventos com escopo mundial para a solidificação da presença do país no cenário turístico internacional.

Em Gramado, a realização e os resultados dos já mencionados Festival de Cinema, Feira de Artesanato e Festa da Colônia, surgidos na esteira da Festa das Hortênsias, fizeram lideranças empresariais e políticas locais ampliar seus interesses a respeito dos eventos e concentrar esforços e recursos no fortalecimento e na consolidação dessa opção turística. De fato, qualquer breve consulta à página na internet da Prefeitura Municipal de Gramado, na parte que informa sobre o calendário de eventos locais, permite constatar, 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 ([www.gramado.rs.br/calendario/](http://www.gramado.rs.br/calendario/)).

Dessa maneira, embora a localidade tenha preservado a sua condição e sua imagem de ambiente propício ao lazer e ao repouso, envolvendo apreciação e desfrute dos atributos climáticos, paisagísticos, naturais e socioculturais – o leque de atrativos primários que permitiram a incorporação do caráter turístico aos recursos definidores do território (e da territorialidade da área) –, a realização de eventos foi alçada à condição de procedimento essencial para a socioeconomia local. Captá-los passou a constituir um importante objetivo do *trade* turístico local, principal motivo da criação, em 1999, do *Convention & Visitors Bureau* da Região das Hortênsias.

A presença de uma instituição com esse perfil parece justificar-se plenamente. Haja vista ser bastante competitivo o mercado do turismo de eventos, uma atuação suficientemente profissional e eficaz, voltada à descoberta de possibilidades e à atração, é um requisito incontornável ao envolvimento bem sucedido de qualquer núcleo receptivo. Note-se que um decênio antes começara a funcionar o Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias, também um importante passo na organização institucional da oferta turística local-regional estimulada pela expansão do turismo liderada pelos eventos (VALDUGA, 2007).

Mas a esfera pública também agiu a respeito da promoção dessa modalidade turística. 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” ([www.gramadotur.net.br/](http://www.gramadotur.net.br/)). Entre suas competências está a de “realizar eventos integrantes do calendário oficial”, em coerência com o objetivo central da instituição, qual seja, o de “fomentar ainda mais o turismo e desenvolver os eventos de Gramado [...]”. As informações disponíveis na sua página na internet indicam que pertence ao arco de responsabilidades da Gramadotur a realização dos seguintes eventos: Gramado Aleluia, Festa da Colônia, Festival de Cinema, Festival de Gastronomia, Natal Luz, Páscoa em 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 centro de eventos, representam manifestações concretas do interesse por essa modalidade. Também nesse âmbito o poder público local se movimentou. Conforme indicado por Vidal (2012), a prefeitura comprou a ExpoGramado, em cujas instalações passaram a ser realizados os eventos dos quais a administração municipal se ocupa diretamente. Essa estrutura divide com o Serra Park a maior capacidade para realização de eventos no município. Levantamento efetuado por Vidal (2012) permite saber que, poucos anos atrás, essa capacidade atingia 41.700 pessoas, e que o Serra Park e a ExpoGramado concentravam 84% desse total.

O surgimento da Gramadotur se refletiu em pelo menos uma grande mudança na estrutura dos eventos locais. A Chocofest, estribada na importante produção de chocolate da área, sobressaiu durante quase duas décadas como principal evento do período da Páscoa. Em julho de 2015, a

autarquia municipal e a empresa (privada) encarregada da realização da festa – detentora, aliás, desse direito – decidiram interromper a sequência do evento. Representante da Gramadotur classificou de “amigável e sem desentendimentos” o diálogo entre as partes, mas um diretor da empresa falou em “falta de interesse do poder público” e em “olho gordo de alguns empresários que se sentem donos da cidade” (ROSSA, 2015). Na ocasião, a Gramadotur ficou de assumir as tarefas de conceber e programar um evento que preenchesse a lacuna criada no período pascal. A indicação que, como já aludido, aparece hoje na página da autarquia na internet – Páscoa em Gramado – há de representar o prometido desdobramento.

No percurso trilhado localmente pela modalidade turística em foco, o evento que exhibe maior importância – por aspectos como duração, envolvimento de pessoas, divulgação, repercussão disseminada e reflexos econômicos presumidos – é o Natal Luz. Desdobrado anualmente em período de cerca de dois meses (do início de novembro ao início de janeiro), e concebido para estimular a presença turística no verão (que corresponde à baixa temporada turística na região serrana do Rio Grande do Sul), esse evento foi criado durante a 12ª edição da Festa das Hortênsias, em 1986.

Generosi (2011) propôs uma cronologia com três etapas na história do Natal Luz. A primeira diz respeito ao primeiro decênio do evento, de 1986 a 1996, período em que ocorreu o enraizamento e a consolidação, em contexto de forte envolvimento da população da cidade. Decorar as casas e jardins com iluminação e motivos natalinos, utilizar sonorização condizente e cuidar dos pinheiros plantados são atividades que provocaram crescente adesão, definindo os contornos de um festejo amplamente popular e comunitário, devendo-se assinalar que lâmpadas e pinheiros foram disponibilizados/doados por comissão montada no município para comandar a realização do evento. O mesmo traço de forte participação da comunidade é percebido no envolvimento de numerosos moradores (na escala dos milhares), seja em atividades artísticas (danças, coral, teatro), seja na preparação e realização – por exemplo, fabricar alegorias, realizar decoração e operacionalizar desfiles, entre outras tarefas. Com o passar dos anos, novas atrações foram incluídas, como espetáculos, feiras e encenações religiosas.

A segunda etapa refere-se ao curto período entre 1997 e 2000. A tônica foi o fortalecimento da estrutura montada e a diversificação dos atrativos, refletindo a percepção de que era forte o dinamismo turístico associado, com suas repercussões no âmbito da economia. Assim, procurou-se incorporar tecnologias novas que representassem aprimoramento e avanços em termos audiovisuais, e também distribuir atividades (como apresentações de corais) em diferentes locais e bairros da cidade. A terceira fase, correspondente à década inicial do presente século, foi marcada por reestruturação escorada em intensa renovação: inovar foi a palavra de ordem, já que o formato até

então explorado passou a ser considerado repetitivo e tornou-se até objeto de cópia em outras cidades.

Generosi (2011), além de repertoriar ano a ano as inovações introduzidas entre 2001 e 2010, realizou pesquisa junto a turistas que sugeriu ter sido adequada a decisão local de progredir com celeridade nesse aspecto: numa amostra de entrevistados (mais de 60% dos quais oriundos da região sul do Brasil, de São Paulo e do Rio de Janeiro, mas também de outros estados e até do exterior), quase três de cada dez visitantes indicaram a “novidade”, a “inovação sistemática” e a “criatividade” incrustadas na realização do Natal Luz, como aspectos motivadores da viagem a Gramado, pela primeira vez ou em retorno. A importância da inovação encontra-se registrada, igualmente, em documento no qual se calculou o “índice de competitividade” do turismo de Gramado, elaborado em ação de parceria entre o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e a Fundação Getúlio Vargas. Por esse estudo, entre os diferenciais de Gramado figura a “Realização de eventos tradicionais de forma inovadora, como o Natal Luz, referência no país por suas atrações exclusivas e pela estrutura disponível para recepção e entretenimento dos turistas” (ÍNDICE..., 2015, p. 11).

Entretanto, o encaminhamento adotado se fez acompanhar de fragilização do caráter comunitário que marcou a história do evento. Atualmente realizado pela Gramadotur, o Natal Luz mostra ter ocorrido aprimoramento tecnológico e progresso no tocante ao profissionalismo, com envolvimento de equipes multidisciplinares, nutrindo o dinamismo inovador e fortalecendo o adquirido aspecto de espetáculo grandioso, com irrecusável *glamour*. Contudo, ganhou força a circunstância pela 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).

Um evento dessa magnitude produz reflexos na socioeconomia local, como ocorre com as demais atividades turísticas protagonizadas na área. Por sua duração, tendo em vista o alcance dos serviços e práticas implicados – com capilaridade em diferentes níveis tanto na cidade como na região –, o Natal Luz constitui, certamente, o evento com maiores repercussões nesses termos. Entrevistas efetuadas por Vidal (2012) junto a vinte negócios locais, distribuídos entre meios de hospedagem (incluindo hotéis e pousadas), restaurantes e fábricas/lojas de chocolate, proporcionaram imagem segundo a qual o Natal Luz é o evento turístico local com, de longe, os mais intensos reflexos econômicos.

Tal aspecto refletiria o fato de que o festejo ocorre no verão, fora da alta estação turística local. Isso quer dizer que sem a sua realização o *trade* turístico amargaria forte declínio nas atividades, afetando as taxas de ocupação de hotéis e restaurantes, as vendas do comércio em geral e os resultados de diversos tipos de serviços. De outro lado, as maiores consequências têm a ver com

o envolvimento de incontáveis pessoas na sua preparação e realização (mesmo em tempos de maior profissionalização e afastamento da comunidade do essencial das decisões e da operacionalização, como se falou). Com efeito, o Natal Luz é preparado e executado durante meses, em ciclo que se desdobra entre os meses de junho e janeiro.

Até recentemente, quando a Chocofest também marcava o calendário local, a conclusão do ciclo do Natal Luz coincidia com o início do ciclo do evento que celebrava o período pascal, entre janeiro e o final de abril. Portanto, ambos se entrelaçavam, demandando em cada caso meses de preparação, com grandes contingentes envolvidos em diversos tipos de atividades, ainda que sob vínculos de trabalho informais e temporários em muitas situações. As repercussões, registre-se, incidiam não só em Gramado: nos vinte negócios turísticos em que Vidal (2012) realizou pesquisa de campo, 65% de todo o contingente engajado diziam respeito a moradores desse município, e 35%, ao vizinho município de Canela.

Em suma, essa trajetória turística calcada no turismo de eventos projetou Gramado como um dos mais importantes destinos brasileiros e, por extensão, ajudou a distinguir a Serra Gaúcha. No Rio Grande do Sul, trata-se do principal produto turístico, absolutamente consolidado e objeto de 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 o referido documento, conduzida em março e abril de 2012 no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, mostrou que Gramado perfilava-se ao lado da capital gaúcha como a cidade mais visitada pelos turistas no estado (ambas com 43,1% das indicações). Vale ressaltar que esse levantamento só registrou os usuários de transporte aéreo, o que pode ter reduzido a incidência de Gramado nos dados obtidos (por exemplo, muitos turistas de Santa Catarina utilizam carro ao se dirigirem para a Serra Gaúcha).

É na progressão do turismo de eventos que se deve buscar, portanto, o substrato de resultados como os exibidos na tabela 4, que informa sobre estabelecimentos e empregos em diferentes serviços turísticos em Gramado entre 2006 e 2014. Quer para hotéis e similares, restaurantes e assemelhados ou agências de viagens, os números indicam marcada expansão em estabelecimentos e empregos. Como a base dos dados é a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), que capta somente o âmbito formal, o quadro que transparece é parcial, representando o “piso” da situação, já que a informalidade costuma ser alta em atividades de hospedagem e alimentação. De todo modo, a trajetória é de crescimento, e não só em termos absolutos: a proporção desses estabelecimentos turísticos no total de estabelecimentos do município mostra-se estável no período, oscilando entre 15% e 16%, mas em relação aos empregos a participação é expansiva, evoluindo linearmente de 17,6% em 2006 para 23,7% em 2014.

Tabela 4 – Município de Gramado: comportamento de serviços ligados ao turismo: 2006-2014

Serviços Estabelecimentos/ Empregos/Anos		Hoteis e similar.	Outros tipos de alojam.	Restaur. e serv. semelh.	Agênc. de viagens	Opera- dores turíst.	Serv. reserv./ outros	Total serviços turístic.	Total geral
Estabele- cimentos	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
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

Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) – 2014

Obs.: Os dados referem-se às seguintes Classes da CNAE 2.0: 55.10-8 – Hoteis 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

## 5 Considerações finais

A Serra Gaúcha ascendeu como importante destino turístico na segunda metade do século XX, a reboque do aproveitamento dos seus atributos paisagístico-naturais e socioculturais, os segundos “produzidos” na história da ocupação e conformação socioeconômica da área. Essa utilização turística implicou a ativação coletiva dos recursos locais, objetivando atrair visitantes para “consumir” história, cultura e paisagem, além de lazer e entretenimento representativos de evasão do cotidiano. O resultado foi a surgimento de um atributo territorial a mais: a própria condição de destino turístico. O turismo tornou-se possível porque recursos territoriais foram ativados nessa direção; e a consequência dessa ativação representou um (importante) ingrediente a mais na caracterização da Serra Gaúcha como território.

Em Gramado, especificamente, o aproveitamento turístico dos atributos expressou-se em estratégias de diversificação da atratividade e de expansão do setor, que priorizaram o turismo de eventos. As iniciativas protagonizadas nesse sentido passaram a marcar o calendário turístico – sendo o Natal Luz o acontecimento mais celebrado e amplamente divulgado, como ressaltado no estudo –, representando fluxos de visitantes volumosos e com origens diversas. É importante acentuar que o desenvolvimento dessa modalidade turística, tornada praticamente um sinônimo de atratividade local, baseou-se em uma ativa e consequente coordenação ou governança. As ações desencadeadas representaram o que se pode designar como uma “construção de território turístico” na Serra Gaúcha, particularmente em Gramado, incorporando-se o resultado do processo aos elementos da própria identificação territorial.

Assinale-se que a coordenação ou governança permanece uma irrecusável necessidade em Gramado, não obstante a trajetória exibida – ou, talvez, por conta dela, se a reflexão considerar o

modelo de ciclo de evolução de locais turísticos de Butler (1980), que prevê a possibilidade, após os estágios de desenvolvimento e consolidação, do ingresso na estagnação, umbral do declínio ou, ao contrário, do rejuvenescimento, passagem que exige ações estratégicas. Gramado experimenta problemas manifestados, por exemplo, na mobilidade urbana e na especulação imobiliária, evidenciando a importância de um bem executado planejamento urbano, prática que teria sido capturada, de algum modo, pelos interesses do setor turístico, como sugerem Dalonso *et al.* (2012) em abordagem sobre o Plano Diretor da cidade. Mas a necessidade de governança ou coordenação vai além disso. Vidal (2012) constatou que, devido aos altos custos que passaram a caracterizar a realização de eventos em Gramado, outras cidades da Serra Gaúcha, como Bento Gonçalves, estariam canalizando congressos, seminários e feiras, em meio a processos de capacitação para hospedar eventos de grande porte.

### Referências bibliográficas

- ABEOC–SEBRAE. *II dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil – 2013*. São Paulo: Eventos Expo Editora, 2014.
- ABRAMOVAY, R. A dimensão territorial do desenvolvimento. *Gazeta Mercantil*, p. A-3, 12-15 abr. 2001.
- ARRUDA, R. D. *Relações sociais qualificadoras e o setor de turismo em Gramado: modo de via e de trabalho*. Porto Alegre, 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- 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.
- 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, 2013a. Obtido em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/mapa\\_da\\_regionalizacao\\_novo\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/mapa_da_regionalizacao_novo_2013.pdf) Acesso em: 16/03/2016.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional de Turismo 2013-2016*. Brasília: Ministério do Turismo, 2013b.
- 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*. Porto Alegre, 2006. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- CARDOSO, F. H. *Capitalismo e escravidão no Brasil meridional: o negro na sociedade escravocrata do Rio Grande do Sul*. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CASTRO, C. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, G. (org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 80-97.
- CÉSAR, P. de A. B.; AMORIM, É. M. C. de. Formação econômica e espacial da produção de uvas e vinhos na Serra Gaúcha (RS) como pressuposto ao enoturismo. In: XI Seminário da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Fortaleza: Universidade do Estado do Ceará, 24 a 26 set. 2014.
- CHRISTIAN, M.; FERNANDEZ-STARK, K.; AHMED, G.; GEREFFI, G. *The tourism global value chain: economic upgrading and workforce development*. Duke University, Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Durham, 2011. Obtido em: [http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-11-11\\_CGGC\\_Tourism-Global-Value-Chain.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-11-11_CGGC_Tourism-Global-Value-Chain.pdf) Acesso em: 13/08/2015.

- CORREA, S. M. de S. 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.
- DALONSO, Y. da S.; 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. (dir.). *Territoires, territorialité, territorialisation: controverses et perspectives*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2009, p. 19-30.
- DORNELES, E. B. *Gramado: a produção e o consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil*. Porto Alegre, 2001. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- DREAM factories. *The Economist*. p. 3-16, Jan. 10<sup>th</sup> 1998 (A Survey of Travel and Tourism).
- DUPUY, C.; GILLY, J-P. Industrial groups and territories: the case of Matra-Marconi-Space in Toulouse. *Cambridge Journal of Economics*, v. 23, n. 2, p. 207-223, 1999.
- FARACO, E. *O processo empreendedor na pequena hotelaria da Região das Hortências – RS: um estudo exploratório-descritivo*. Caxias do Sul, 2005. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, 2005.
- FLORES, H. H. (org.). *Turismo no Rio Grande do Sul: 50 anos de pioneirismo no Brasil*. Porto Alegre: Edipucrs, 1993.
- FURTADO, C. *Formação econômica do Brasil*. 22.ed. São Paulo: Editora Nacional, 1987.
- 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*. Caxias do Sul, 2011. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul.
- 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. (dirs.). *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.
- IBGE. *Censo 2010. Características da População e dos Domicílios: Resultados do Universo*. Tabelas – Mesorregiões, microrregiões, municípios, distritos, subdistritos e bairros. Obtido em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas\\_da\\_populacao/caracteristicas\\_da\\_populacao\\_tab\\_municipios\\_zip\\_xls.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_da_populacao/caracteristicas_da_populacao_tab_municipios_zip_xls.shtm) Acesso em: 17/03/2016.
- ICCA. 2015 *ICCA Statistics Reports: public abstract*. Amsterdã: ICCA, 2016. Obtido em: <http://www.iccaworld.com/cdps/cditem.cfm?nid=4036> Acesso em: 27/07/2016.
- ÍNDICE de competitividade do turismo nacional: Gramado 2015. Brasília: Ministério do Turismo/Sebrae/FGV Projetos, 2015.
- JEZIORNY, D. L.; ORTEGA, A. C. Inovação e performance competitiva na indústria vitivinícola brasileira. *Ensaio FEE*, v. 33, Número Especial, p. 865-886, 2013.
- KAGEYAMA, A. Desenvolvimento rural: conceito e medida. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, v. 21, n. 3, p. 379-408, 2004.
- LANDO, A. M.; BARROS, E. C. *A colonização alemã no Rio Grande do Sul, uma interpretação sociológica*. Porto Alegre: Editora Movimento, 1976.
- 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.
- NÁCHER, J. M.; CARPI, J. T. Aprender de uma región 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.
- OLIVEIRA, A.C.; GENEROSI, A. Natal Luz em Gramado/RS. *Rosa dos Ventos*, v. 1, n. 1, p. 73-77, 2010.
- 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 e 2, p. 10-22, 2005.
- PECQUEUR, B. De l'exténuation à la sublimation: itinéraire d'une notion et de ses déclinaisons. In: VANIER, M. (dir.). *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*. 6.ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2009b.
- PLANO de marketing do turismo do Rio Grande do Sul: 2012-2015. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2012.
- PORTER, M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, v. 76, n. 6, p. 77-90, 1998.
- RELAÇÃO Anual de Informações Sociais (2014). Ministério do Trabalho, Brasília. Obtido em: <http://trabalho.gov.br/rais> Acesso em: 20/02/2016.
- 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, S.d. Obtido em: <http://www.turismo.rs.gov.br/regiao/1/serra> Acesso em: 16/03/2016.
- 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: 01/08/2016.
- ROTHWELL, S. C. *The old Italian colonial zone of Rio Grande do Sul, Brazil*. Porto Alegre: Edições da Faculdade de Filosofia, 1959.
- SANTOS, J. V. T. dos. Cantineiros e colonos – a indústria do vinho no Rio Grande do Sul. In: LANDO, A. M. (org.). *RS: imigração & colonização*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980: 135-155.
- 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.
- TOMAZZONI, E. L. Análise do discurso turístico da serra gaúcha. *Em Questão*, v. 12, n. 2, p. 339-365, 2006.
- VALDUGA, M. C. *Desmitificando um modelo de desenvolvimento: a formação da sociedade do turismo na periferia do capitalismo*. Caxias do Sul, 2007. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul.
- VIDAL, R. P. *Turismo de eventos: uma opção para o desenvolvimento local de Gramado*. Gramado, 2012. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas – Modalidade Ensino a Distância) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- 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, 19 jan. 2013. Obtido em: <http://cral.in2p3.fr/artelogie/spip.php?article175> Acesso em: 28/02/2016.