

Cultura e Alimentação: Análise das Festas Gastronômicas na Serra Gaúcha-RS

Revista Rosa dos Ventos
Dossiê Turismo e Gastronomia
4(III) 369-383, jul-set, 2012

© O(s) Autor(es) 2012

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Katarzyna Bortnowska¹, Anete Alberton², Sidnei Vieira Marinho³

RESUMO

O estudo de festivais e eventos é hoje uma área importante do Turismo, que teve aumento da produção científica nas últimas décadas em função do interesse em compreender o seu significado por parte dos pesquisadores (QUINN, 2009). Em muitos casos, a comida é a principal razão para a celebração do festival, pois oferece uma oportunidade ideal para turistas e locais interagirem e compartilharem experiências. Por exemplo, os agricultores anualmente realizam festivais para compartilhar o bom resultado da lavoura/safra (ADEMA, 2006; KALKSTEIN-SILKES, 2007). O trabalho buscou identificar e analisar os estudos que abordaram as festas gastronômicas na Serra Gaúcha-RS por meio de levantamento bibliográfico de trabalhos acadêmicos (artigos, teses e dissertações), no período entre 2001 e 2012, para compreender as relações entre temas, tais como: identidade cultural, memória e patrimônio local, festas, Turismo, gastronomia. Os resultados da análise das publicações demonstram a complexidade no alinhamento entre cultura e alimentação e como a participação da temática “festas gastronômicas” pode ser um elemento integrador da cultura de determinada localidade.

Palavras-chave: Turismo
Gastronômico.
Festas Gastronômicas. Vinho.
Serra Gaúcha-RS.

¹ Mestranda do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Bacharel em Gastronomia. Especialista em Gestão da Segurança de Alimentos. Email bortnowska@yahoo.com

² Doutora e Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas. Graduada em Engenharia Civil e em Administração. Professora do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Email anete@univali.br

³ Doutor e Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas. Graduado em Engenharia de Produção Mecânica. Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade do Vale do Itajaí. Email sidnei@univali.br

ABSTRACT

Food and Culture: Analysis of the Gastronomic Feasts in Serra Gaúcha-RS - The study of festivals and events is now an important area of tourism that had increased scientific production in recent decades due to the interest in understanding its meaning (QUINN, 2009). In many situations, food is the main reason for the celebration because it offers an ideal opportunity for tourists and local residents to interact and share experiences. For example, farmers annually perform festivals to share the good result of the crop (ADEMA, 2006; KALKSTEIN, 2007). The study aimed to identify studies about gastronomic feasts in Serra Gaúcha (RS) through a bibliographic survey of academic papers (articles, theses and dissertations) from 2001 to 2012. We analyze these papers to understand the relations among cultural identity, memory and local heritage, festivals, tourism, gastronomy. Results of the analysis demonstrate the complexity of the publications in the alignment between culture and power and how the gastronomic feasts may be an integrating element of the culture in a particular locality.

Keywords: Gastronomic Tourism. Culinary Events. Wine. Serra Gaúcha-RS.

INTRODUÇÃO

O estudo da alimentação é fascinante em sua essência, pois seriam poucos os temas dentro do complexo mundo acadêmico que permitiriam a aproximação de áreas de conhecimentos distintas, tais como Economia, Engenharia de Alimentos, Biologia, Engenharia Química, Nutrição, Antropologia, Arqueologia, História, Geografia, Gastronomia e Turismo. Pesquisas com ênfase na alimentação podem ter como objeto de estudo a associação dos meios de produção e preparo de alimentos, com a condição econômica de grupos sociais; a relação de valores religiosos com o consumo de alimentos; modismos e símbolos na alimentação do século XXI; a cultura popular e a influência nos hábitos alimentares, entre outros.

O Turismo Gastronômico merece destaque por facultar aos visitantes uma experiência cultural materializada a partir da alimentação. Segundo Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p.181) o turismo gastronômico pode ser entendido como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”. A gastronomia regional tem participação significativa na procura por destinos turísticos no Brasil, principalmente por reforçar a procura por locais que compartilham atrativos naturais e culturais com a gastronomia regional, pois nestes destinos turísticos, a gastronomia traz características, costumes e manifestações que personalizam as cozinhas das diferentes regiões turísticas do país (CERETTA, 2012).

No Brasil existem várias formas de inserção da alimentação para consolidar determinado destino turístico. Em Curitiba, o bairro Santa Felicidade, antiga colônia de italianos vindos da região do Vêneto, é um exemplo de sucesso na oferta de uma diversidade de pratos em uma determinada região geográfica; outro exemplo é o das cantinas italianas no bairro Bexiga, em São Paulo. Podem-se destacar os roteiros que compõem os inúmeros circuitos de Turismo Rural, tais como: Rota das Cachaças, no interior de Minas Gerais; roteiro ecológico, roteiro cultural e roteiro gastronômico no Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul; ou a Rota dos Tropeiros, no Paraná. As Festas Juninas que ocorrem em todo o Nordeste também

desempenham papel importante em função de consolidar as principais práticas gastronômicas da localidade. Vale ressaltar, que as festas gastronômicas caracterizam a marca de muitos destinos turísticos, com destaque no sul do país para a Festa da Uva, em Caxias do Sul-RS, a Festa do Pinhão, em Lages-SC e a Festa do Porco no Rolete, em Toledo-PR.

A oferta de espaços de alimentação induziu a necessidade de apresentar diferencial na refeição comum que em muitos locais turísticos representa a oportunidade de valorização dos estabelecimentos de alimentação que transformaram o ato alimentar em algo diferenciado, único e que permite retornar às lembranças das tradições (CERETTA, 2012). Para Corção (2007), a memória gustativa está associada ao cotidiano dos indivíduos, no qual o ato de se alimentar é entendido como uma ação que engloba aspectos sociais, tais como nutrição e tradição, dentre outros. Segundo Santos (2005), os hábitos e práticas alimentares de grupos sociais podem originar tradições culinárias que levam o indivíduo a inserção no contexto sociocultural que lhe outorga uma identidade, reafirmada pela memória gustativa.

As festas gastronômicas são manifestações culturais legítimas de determinada região que evidenciam costumes e tradições por meio da alimentação, nas quais, por meio de ingredientes, métodos culinários, representações sociais ou simbólicas, cria-se um complexo cenário que merece destaque na Academia, em função das várias áreas de estudo mencionadas no início deste trabalho. Neste contexto, este trabalho tem por objetivo analisar os estudos sobre festas gastronômicas na Serra Gaúcha – RS, por meio de levantamento bibliográfico de trabalhos acadêmicos, no período entre 2001 e 2012, para compreender as relações entre temas, tais como: identidade cultural, memória e patrimônio local, festas, turismo, gastronomia. A pesquisa envolveu o levantamento bibliográfico elaborado a partir de artigos publicados em periódicos e anais de eventos, dissertações de mestrado e teses de doutorado. A análise desses trabalhos estimulou a compreensão da relação entre identidade cultural, memória e patrimônio local, festas, Turismo e gastronomia. Observou-se que a colheita da uva e a produção do vinho foram os principais focos dos estudos realizados, pois são produtos turísticos da região que têm origem no legado cultural dos imigrantes italianos que colonizaram o local a partir de 1875, podendo-se observar que o Turismo e o vinho são difusores da cultura, do trabalho e da história dos povos da região.

CULTURA E ALIMENTAÇÃO

Os hábitos alimentares normalmente são apresentados como um processo intimamente ligado à origem ou a colonização de um país. Segundo Reinhardt (2007), a comida típica representa uma tradição não necessariamente do dia a dia da população, mas que desperta um sentimento de posse, que faz com que vista a roupagem de seu local de origem. O Gulasch, prato tradicional alemão, apesar da origem húngara, não gera insatisfação do povo alemão, pois o importante é que essa comida desperta sentimentos ligados à origem alemã, levando-os a considerá-lo como um prato típico daquele país (SONATI, VILARTA e SILVA, 2009). A cultura alimentar nas Américas está fortemente associada aos povos que trouxeram hábitos, necessidades, variedades de alimentos, temperos, mudança nas preferências, receitas, crenças e tabus. A cozinha brasileira é o resultado das influências portuguesa, negra e indígena, mas também de outros imigrantes que aqui se instalaram: italianos, alemães, japoneses, espanhóis, árabes, suíços e outros (SONATI, VILARTA e SILVA, 2009).

Cascudo (2004) afirma que comer é um ato orgânico que a inteligência tornou social. Comer é um ato social, enquanto nutrir-se é uma atividade biológica. Por isso, o consumo de alimentos não se prende apenas à necessidade, mas à sociabilidade, à cultura, às crenças e tabus, à tecnologia e hábitos construídos por um grupo social (CARVALHO, 2005).

A escolha do que será considerado 'comida' e do como, quando e por que comer tal alimento, é relacionada com o arbitrário cultural e com uma classificação estabelecida culturalmente. A cultura não apenas indica o que é e o que não é comida, estabelecendo prescrições (o que deve ser ingerido e quando) e proibições (fortes interdições como os tabus), como estabelece distinções entre o que é considerado 'bom' e o que é considerado 'ruim', 'forte', 'fraco', 'ying e yang', conforme classificações e hierarquias culturalmente definidas (MACIEL, 2001, p.5).

Segundo Rappaport *apud* (Carvalho, 2008, p. 97) existem três ideologias alimentares que influenciam a escolha da alimentação, os quais seriam o hedonismo, o espiritualismo e o nutricionismo. Além disso, ressalta o esboço de uma quarta influência sobre determinados alimentos identificada como instrumentos ou símbolos de ideologias políticas ou sociais. Para o autor, o hedonismo foca na vinculação da alimentação ao prazer dos sentidos, ou seja, apresentar fotografias de alimentos em revistas ou encartes de supermercados, atrações não culinárias para crianças em lojas de *fast food*, representações artísticas em pratos da alta gastronomia, etc. A ideologia espiritualista interfere na alimentação quanto aos tabus religiosos (o vegetarianismo hinduísta, a comida *kosher*, a proibição do consumo de determinados animais pela forma de abatê-los) ou em crenças não religiosas quase generalizadas (o não consumo de carne de cavalo ou de cachorros). O nutricionismo aproxima-se do espiritualismo no regime macrobiótico que acredita que o alimento ingerido tem influência no temperamento; doenças como diabetes, pressão sanguínea alta, cálculos renais teriam estreita ligação com a alimentação e hábitos cotidianos.

As particularidades apresentadas refletiriam o modo de vida de boa parte da população, mas se deve ressaltar a importância da identidade cultural na definição do estilo de vida. Segundo Gimenes (2009), o churrasco gaúcho, por exemplo, encerra em seu saber-fazer vários outros elementos e rituais que respondem a uma conjuntura maior, como a partilha do chimarrão, a figura do gaúcho, etc., e reafirmam um estilo de vida vinculado a uma identidade regional. O mesmo com o preparo do Acarajé pelas baianas nas ruas de Salvador, que não se resumiria ao uso de técnicas culinárias, mas representaria e materializaria uma série de elementos históricos e religiosos aos olhos do degustador.

A discussão sobre as diferentes funções da alimentação aumenta quando se insere neste processo o Turismo Gastronômico, pois muitas vezes o foco do roteiro turístico está associado à potencialidade gastronômica da região. Por exemplo, os roteiros de vinho e chocolate na Serra Gaúcha-RS, a Oktoberfest em Blumenau-SC, a Marejada em Itajaí-SC, as diversas festas em que se abordam o cultivo e colheita da uva, que ocorrem principalmente na Região Sul, a Festa do Bode em Batalha-PI, a Festa do Milho em Paragominas-PA, a Festa da Linguíça em Maracaju-MS, para citar alguns eventos que eram regionais e, devido à importância ganha nos últimos anos, alcançaram repercussão nacional.

Os estudos voltados para pesquisar a relação entre turismo-gastronomia podem ser realizados de diferentes formas a partir das mais diversas metodologias, tais como: a gestão e o consumo de bares, restaurantes e similares; o papel destes estabelecimentos na oferta de lazer e entretenimento de um destino turístico; a questão dos pratos típicos e seu uso turístico; o desenvolvimento de polos de turismo gastronômico e as várias formas de operacionalização de atrativos gastronômicos, dentre outras (GIMENES, 2011). Gimenes (2004) ressalta, ainda,

que bares, restaurantes e casas noturnas, muitas vezes se convertem em espaços de lazer e sociabilidade, pois oferecem comidas e bebidas orientadas para os mais diferentes nichos de demanda, complementando a oferta de entretenimento dos destinos turísticos, principalmente daqueles dedicados ao turismo de sol e praia.

Para Ceretta (2012) a gastronomia em festas e eventos regionais comemorativos pode ser uma alternativa de interesse turístico, pois nestes encontros existem manifestações culturais à disposição do público para consumo, ou seja, a arte de cozinhar passa a identificar a cozinha regional, de valor cultural, de valor gastronômico. Neste contexto, a comida desperta lembranças que permitem a memória redefinir e reconstruir identidades, onde vale destacar o importante texto de Roberto da Matta, Sobre o simbolismo da comida no Brasil, publicado em 1987. DaMatta (1987, p. 22) afirma que “a comida é um meio de expressão e afirmação de uma identidade nacional, regional ou local, ou mesmo a identidade de uma família ou um indivíduo, dependendo do contexto, onde essencialmente o ato de comer materializa os estados emocionais e as identidades sociais”. Para Corção (2007) a história da alimentação estabelece uma linha de continuidade entre o definimento da tradição, a reinvenção de tradições em que se tem a memória gustativa como fio condutor, relacionando assim à história coletiva ao patamar individual. Barroco e Barroco (2008) afirma que por meio da alimentação é possível visualizar e sentir tradições que não são ditas. A alimentação é também memória, opera muito fortemente no imaginário de cada pessoa, e está associada aos sentidos: odor, a visão, o sabor e até a audição.

Mas no mesmo instante em que aquele gole, de envolta com as migalhas do bolo, tocou o meu paladar, estremei atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso, isolado, sem noção da sua causa [...] tal como faz o amor, enchendo-me de uma preciosa essência: ou antes, essa essência não estava em; era eu mesmo. [...] De onde vinha? O que significava? Onde apreendê-la? [...] De ponho a taça e volto-me para o meu espírito. É a ele que compete achar a verdade. Mas como? (PROUST, 1913, p. 44).

Sendo assim, buscou-se mostrar a complexidade no alinhamento cultura e alimentação e iniciar uma discussão sobre a participação da temática ‘festas gastronômicas’ como elemento integrador da cultura de determinada localidade.

FESTIVAIS GASTRONÔMICOS

Para Yaduo (2010) festival gastronômico é um evento ou festa pública com ênfase em determinado alimento, no qual se busca a celebração da comida local ou o reforço do orgulho, das tradições e das especialidades que a comunidade deseja partilhar, mas que também pode ser uma atração turística criada ou restaurada especialmente para os visitantes ‘de fora’, para promover o Turismo e ou produtos culinários locais. Para Amaral (2008), os festivais são eventos envolvendo a exposição de produtos, muitas vezes associados ao domínio técnico de sua produção por um determinado grupo étnico, que elege uma representante anual (rainha, rei e/ou princesa) para divulgar o produto e o evento. Citam-se como exemplos: a Festa Pomerana, em Pomerode-SC, o Festival da Imigração Alemã, em Domingos Martins-ES, oferecendo shows e atrações lúdicas aos visitantes, realizando desfiles e competições, como a Festa do Caju (Cajufest), no Ceará, a Marejada em Santa Catarina, a Festa Nacional da Uva, em Caxias do Sul-RS, Festa das Flores, e centenas de outras nas quais a participação dos convidados é permitida e estimulada, mediante a compra de entradas, tickets, canecas e etc.

Para as comunidades locais, os festivais gastronômicos representam um contexto único em que o alimento e os comportamentos associados podem ser elevados a ícones culturais. O processo de preparação de um festival gastronômico é rico em significado simbólico para a comunidade envolvida, pois as atividades são capazes de invocar sensações de bem-estar nas pessoas e sentimentos sobre as experiências alimentares como uma identificação emocional por meio da imagem dos alimentos. A encenação dos festivais e a realização de rituais relacionados com os alimentos são uma maneira muito eloqüente para representar e desfrutar de abundância, fertilidade e prosperidade por parte da comunidade local (YADUO, 2010). Falassi (1987) além de analisar os aspectos sociológicos e semióticos da gastronomia local, acrescenta que a celebração dos festivais gastronômicos é capaz de criar sentido e significado para as ocasiões importantes das comunidades, assim como reforçar os laços sociais entre os membros da comunidade. Além disso, Adema (2006) acrescenta que os organizadores de festivais criam festivais gastronômicos, na esperança de aproximar as pessoas, ainda que temporariamente, para gerar um sentimento de espírito comunitário e de identidade com base na acessibilidade percebida nos alimentos. Para Haven-Tang e Jones (2005) o turismo gastronômico e os festivais gastronômicos podem ser usados como veículos por meio dos quais os produtores rurais de alimentos e bebidas podem agregar valor à produção, bem como reforçar a identidade local de destino e de sua comunidade local.

A forma de elaboração, cocção e tipologia de pratos típicos mostra a identidade cultural dos atores locais que os concebem, na medida em que o valor turístico da gastronomia regional é aceita pela comunidade local, o poder público e a iniciativa privada. A valorização também interfere na visão do visitante dos eventos gastronômicos, que na sua curiosidade e interesse, realiza o consumo turístico simbólico da gastronomia regional (CERETTA, 2012). De acordo com Kalkstein-Silkes (2007), uma estratégia potencial para reforçar ou contribuir para uma marca de um destino seria incorporar cozinha local ou produtos alimentares para um festival regional e usá-los como um elemento de marca do destino. A vinculação entre cozinha local e festivais tornou-se uma estratégia popular para ajudar ao Turismo ou ao base econômica tradicional da região de acolhimento. Por exemplo, o estado da Tasmânia, na Austrália, tem desenvolvido uma série de eventos com base em alimentos e vinhos, tais como: o Taste of Tasmania e The Great Tasmanian Oyster Riot, desde os anos 1980. Segundo Ceretta (2012) quando se reconhece a presença do turista em eventos de marca, e neste caso nos eventos gastronômicos, os restaurantes e os salões comunitários são organizados para a arte de receber seus visitantes, sua comunidade e seus familiares, que se deslocam para degustar a gastronomia e as experiências vivenciadas. Para Negrine (2010) o turista que participa de uma festa popular não somente a prestigia, como também acaba por interagir com a cultura local, com os significados e símbolos presentes nas diferentes manifestações culturais, em especial as artísticas e as gastronômicas.

Segundo Amilien e Hegnes (2004) a diferenciação do produto é essencialmente uma ferramenta de marketing para os produtores, enquanto que o festival parece essencialmente para promover o local. Esta forma de mediar a ligação do produto alimentar e de localização através de festivais pode ser exemplificado por Lewis (1997). O Festival de Aspargos de Stockton, nos Estados Unidos, usa a cultura local e os gêneros alimentícios, na verdade, como desculpa para criar uma tradição para fins que são, em certa medida, economicamente importantes para a comunidade, mas que não seriam de fato, culturalmente significativos, em qualquer sentido local. O festival não ressuscita velhas tradições da área nem de quaisquer grupos culturais que residem em Stockton. Hjalager (2002) corrobora ao afirmar que muitos festivais e feiras são inventados e têm apenas uma ligação tênue com a agricultura local e processamento de alimentos, por exemplo: as tortas de abóbora de Halloween e outros

símbolos que são comercializados e rapidamente se espalham por todo mundo. Os festivais *set-ups* (móveis) podem se deslocar de um lugar para o outro. Feiras e festas permitem a integração de várias atividades periféricas comerciais e não comerciais. Além da apresentação de alimentos e bebidas, possivelmente de origem local, tais eventos também disponibilizam utensílios de cozinha e equipamentos de processamento de alimentos a serem exibidos e vendidos. Festivais também apresentam sessão de autógrafos de livros de receitas, apresentações de *chefs* famosos, palestras e demonstrações, concursos de gastronomia, leilões, etc.

Para Adema (2006), os alimentos e os festivais incorporam simultaneamente culturas tradicionais e contemporâneas, que são pessoais e comunitárias, locais e globais, dinâmicas e estáveis. Alimentos e festivais são efêmeras expressões culturais, mas, como produtos culturais tangíveis, os efeitos de festivais gastronômicos se estendem para além da sua presença física. A associação alimento-terra-lugar estabelecida através de um festival gastronômico pode permanecer na imaginação dos residentes locais e visitantes muito depois do festival, sugerindo a tenacidade de alimentos como símbolo. Os festivais gastronômicos, principalmente aqueles com características rurais, podem incentivar ‘peregrinações periódicas’ por parte dos moradores urbanos que procuram relações de amizade, valores verdadeiros e genuínos, raízes e relaxamento físico e mental, ou seja, estas configurações do festival permitem aos turistas ‘experiências existenciais’ quando buscam formas puras ou mais simples de existência em regiões mais afastadas dos grandes centros (BESSIÈRE, 1998). Segundo Negrine (2010), as festas populares são boas alternativas para aproveitar o tempo livre e as horas de lazer que potencializa o deslocamento de pessoas. Além disso, pode caracterizar-se como uma forma de manifestação da cultura local, na medida em que uma festa ao se repetir ao longo do tempo, acaba se agregando ao imaginário da população, reforçando ações coletivas e sedimentando a cultura regional.

RESULTADOS

O presente artigo analisou os estudos sobre festas gastronômicas na Serra Gaúcha (RS) por meio de levantamento bibliográfico de trabalhos acadêmicos, no período entre 2001 e 2012 (Quadro 1). Estas festas tem importância histórica e gastronômica da região, onde a paisagem chama muito a atenção do visitante e pode ser vista como um patrimônio cultural da localidade. Casasola (2000) sustenta esta reflexão, pois o patrimônio cultural é sinônimo de ambiente transformado e ambiente sociocultural, justamente o que se pode visualizar nesta região. Foram encontrados relatos sobre as seguintes festas: Festa Nacional da Uva (Caxias do Sul), Festa Nacional do Vinho (Bento Gonçalves), Festa Nacional do Champanha (Garibaldi), Encontro das Tradições Italianas (Farroupilha), Festa da Colônia e Festa do Colono (Gramado), Festiqueijo (Carlos Barbosa) e Festa do Pinhão (São Francisco de Paula).

Quadro 1: Lista de Trabalhos Analisados

AUTORES, ANO E TIPO DE PUBLICAÇÃO	TÍTULO DE TRABALHO	METODOLOGIA ABORDADA NA PESQUISA
DORNELES (2001) Dissertação	Gramado: a produção e consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil	Pesquisa etnográfica

SOARES (2004) Dissertação	Vinho e hospitalidade no Vale dos Vinhedos	Pesquisa exploratória. Método de estudo de caso.
GOLLO (2006) Tese	Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos – Serra Gaúcha/RS	Pesquisa qualitativa e quantitativa. Método de estudo de caso.
POLITA (2006) Dissertação	O Processo de Desenvolvimento do Vale Dos Vinhedos (Bento Gonçalves-RS)	Pesquisa exploratória e qualitativa
VALDUGA (2007) Dissertação	O Processo de Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos	Pesquisa quantitativa, qualitativa e descritiva.
PEREIRA (2007) Dissertação	A variável ambiental no planejamento de eventos turísticos: estudo de caso da Festa Nacional da Uva – RS	Pesquisa quantitativa, qualitativa e descritiva. Método de estudo de caso.
SILVA (2007) Dissertação	ENTRAI - Encontro das Tradições Italianas Festa Popular - Patrimônio Cultural, Lazer e Turismo	Pesquisa qualitativa. Método de estudo de caso.
NÉRY(2008) Dissertação	A geração de resíduos sólidos no festival gastronômico de Carlos Barbosa: O Festiqueijo	Pesquisa exploratória. Método de estudo de caso.
LAVANDOSKI (2008) Dissertação	A paisagem na rota enoturística Vale dos Vinhedos/RS na perspectiva do visitante	Pesquisa quantitativa, qualitativa e descritiva. Método de estudo de caso
FRIGERI (2009) Dissertação	Os Italianos, Vinho e Turismo: O Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha	Pesquisa qualitativa
BACCON (2009) Dissertação	Festiqueijo: cultura, lazer e turismo	Pesquisa exploratória e qualitativa. Método de estudo de caso.
NEGRINE (2010) Artigo	Festa do Pinhão de São Francisco de Paula/RS	Estudo de caso
TONINI e LAVANDOSKI (2011) Artigo	Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS)	Pesquisa qualitativa
GASTAL e MACHIAVELLI (2011) Artigo	Um Pouco da História dos Eventos: a Festa Nacional do Champanha	Pesquisa qualitativa
MENEGHEL e GASTAL (2012) Artigo	Turismo e Comunicação: a Festa da Colônia em Gramado-RS Sob o olhar da imprensa	Pesquisa qualitativa
LAVANDOSKI, TONINI e BARRETTO (2012) Artigo	Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil)	Pesquisa exploratória e descritiva. Método de estudo de caso.
CERETTA (2012) Artigo	Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul-Brasil	Pesquisa qualitativa

Fonte: Os Autores

Por meio de pesquisa bibliográfica foi possível identificar alguns aspectos relevantes das festas gastronômicas da região, tais como:

- Dorneles (2001), no artigo intitulado “Gramado: a produção e consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil” mostra a origem e a história do chamado Café Colonial, que surgiu da hospitalidade do colono antes vinculada a uma forma de reciprocidade entre o anfitrião e o visitante e hoje ressignificada no Café Colonial mercantilizado e simbolicamente remetido ao critério étnico. Destaca também que esta filosofia ocorre nas festas populares (Festa do Colono e Festa da Colônia) que cria uma identidade por meio do ritual de consumo ligada à cidade, aos seus habitantes e que passa aos consumidores;

- A região tipicamente formada por imigrantes italianos observou nas festas gastronômicas a oportunidade de compartilhar aspectos culturais da Itália, bem como colocar em prática a hospitalidade considerada pro seus moradores como primordial para manter os laços com os visitantes da região (SOARES, 2004);
- O desenvolvimento das festas gastronômicas nas proximidades do Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves (localizado entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul), permitiu uma participação maior de organismos públicos e privados para valorização da região, como por exemplo: obras públicas para facilitar o acesso do turista ou cursos de qualificação para a população da região e assim evitar a migração para outras regiões (POLITA, 2006);
- O desenvolvimento da região permitiu acumular conhecimento e estruturar um arranjo produtivo local com várias inovações estratégicas que gerou um selo de qualidade para os produtos locais (GOLLO, 2006);
- O estudo de caso realizado na Festa Nacional da Uva em Caixas do Sul-RS mostrou que não existe um planejamento formal para englobar a variável ambiental, mas apenas ações isoladas para evitar o desperdício de papel nos sanitários e reduzir o consumo de água e energia elétrica, ou seja, existe necessidade de ampliar o escopo para inserir a variável ambiental para os temas estratégicos da festa, tais como: manejo de resíduos sólidos gerados na festa, educação ambiental no planejamento da festa, consideração da variável ambiental na escolha de patrocinadores e expositores da festa, entre outros (PEREIRA, 2007);
- A investigação realizada no Encontro das Tradições Italianas (ENTRAI), em Farroupilha-RS permitiu verificar que a festa foi concebida por meio de um planejamento municipal para tornar-se um atrativo turístico e cultural, mas distorções de planejamento e gestão desfiguram os propósitos originais do encontro. O estudo mostra a relevância da participação do Poder Público para a manutenção da cultura local e preservação histórica da região (SILVA, 2007);
- As empresas locais realizaram elevados investimentos em estrutura de recebimento, salas especiais de degustação de vinhos; restaurantes, novos varejos, pousadas, passeios diferenciados, caves climatizadas. Um *Spa* do Vinho, resultado de parceria entre um grupo de empresários que, dentre eles, inclui a rede Accor e a Vinícola Miolo, do Vale. Dentre esses investimentos, alguns empresários do setor imobiliário investiram na região por meio da venda de lotes de terras em condomínio fechado (VALDUGA, 2007);
- Estudo sobre a geração de resíduos sólidos na Festiqueijo em Carlos Barbosa-RS permitiu determinar a composição gravimétrica desses resíduos e como decorrência apontar ações de gerenciamento dos mesmos para os próximos festivais. A participação dos organizadores, patrocinadores, expositores, colaboradores e visitantes do Festival, deve ocorrer no sentido de identificar percepções, informações e condutas em relação ao fenômeno resíduo sólidos e assim permitir que as pessoas tenham acesso a um ambiente saudável, a um festival que assume a responsabilidade ambiental, que se torna agradável e que impressione positivamente (NÉRY, 2008);
- As festas gastronômicas permitem uma reflexão da própria identidade cultural e sobre as alternativas de transmissão de conhecimentos (cultura e costumes) para as futuras gerações (BACCON, 2009);

- Frigeri (2009) elaborou uma reflexão sobre o desenvolvimento da região a partir do conceito de 'tradição inventada', ou seja, a tradição e o apelo ao passado, possível de ser claramente definido em torno da atividade vitivinícola, é o instrumento, por excelência, que garante a competição das empresas e, nesse sentido, a própria sobrevivência individual, num mundo cada vez mais integrado pelos circuitos globalizados;
- A cidade de Carlos Barbosa, por meio da realização do Festiqueijo, contribui significativamente com a promoção e divulgação dos produtos que as empresas expositoras expõem durante o festival, sendo esse o atrativo turístico de maior destaque no município (BACCON, 2009);
- A celebração da colheita e festejar seus resultados acabam atraindo consumidores de outros municípios e estados (FRIGERI, 2009);
- A Festa do Pinhão de São Francisco de Paula tem como temática o fruto da Araucária, o pinhão, que nela se faz presente em pratos da gastronomia local e como motivo da decoração. Espécie em perigo de extinção, sua apropriação temática pela festa além de possível contribuição à preservação da planta, possui significados culturais e sociais, por sua inserção na comunidade (NEGRINE, 2010).
- Para melhor desenvolver a atividade enoturística e adequar a oferta aos desejos e interesses do visitante, os empreendimentos vitivinícolas criam rotas com atrativos definidos, visitação, degustação, pratos t picos, contato com moradores e cultura local, entre outros, transformando a região ao em si em um produto turístico (TONINI e LAVANDOSKI, 2011);
- Como o vinho faz parte da cultura de alguns povos e conseqüentemente de sua gastronomia, torna-se difícil não associar os dois durante a realiza o de viagens desse segmento (TONINI e LAVANDOSKI, 2011);
- O turismo gastronômico 'consome localidades' e propiciam uma economia voltada para as sensa es e experiências dos turistas (TONINI e LAVANDOSKI, 2011);
- A análise dos cartazes da Festa Nacional do Champanha realizada em Garibaldi-RS mostra que o elemento predominante   a taça, mas destaca a presença da culinária típica da imigra o italiana, de elementos representativos do município, quem tem fun o de reafirmar a identidade e o reconhecimento por meio do patrimônio material, monumentos, lugares e representa es da cultura e tradi es (GASTAL e MACHIAVELLI, 2011);
- A análise das mensagens, notícias e informa es que foram veiculadas em jornais sobre a Festa da Colônia em Gramado-RS permitiu verificar que a comunica o com o público leitor valoriza os habitantes que fazem a festa acontecer e os visitantes que compram e usam este 'produto'. Reforçam o sentimento do pertencimento e atuam como elementos envolventes do turismo ressaltando palavras que causam atra o ao visitante. Contribuir e atrair são verbos que fazem com que os jornais deem existência e visibilidade   festa, ou seja, a festa com o apoio dos jornais passa a existir (MENEGHEL e GASTAL, 2012);
- As festas populares acabam envolvendo o consumo da gastronomia que, conseqüentemente, gera recursos financeiros para a economia local (CERETTA, 2012);

- Em muitos casos, os objetivos destes eventos são também o aporte econômico que transforma a Festa em Feira, na tentativa de integrar, comercializar e promover produtos (CERETTA, 2012);

- O vinho, que teve como função inicial ser sustento dos imigrantes, atualmente, é um elemento que reforça a identidade local em função da memória coletiva, onde foi se transformando em um bem de valor econômico e recentemente, em atrativo turístico (LAVANDOSKI, TONINI e BARRETO, 2012);

Por meio dos relatos apresentados se observa uma variedade de temáticas que justificam a complexidade no alinhamento cultura e alimentação e como a participação da temática 'festas gastronômicas' pode ser um elemento integrador da cultura de determinada localidade. Além disso, conforme menciona Valduga (2007) com relação aos eventos relacionados à rota do vinho e da uva, mas que pode ser expandido para as festas em outras localidades, inicialmente o objetivo era celebrar a colheita de uva e festejar seus resultados, mas com o passar do tempo ganhou status estadual e nacional e o fortalecimento destas festas permitiu a estruturação das vinícolas para atendimento ao público, estabelecer um calendário anual de eventos, capacitação profissional, desenvolvimento de certificações, identificação dos produtos típicos das regiões vinícolas, criação de novas associações de produtores, preocupação ambiental e pesquisas acadêmicas relacionadas à vitivinicultura.

O efeito multiplicador das festas gastronômicas na Serra Gaúcha (RS) parece moldar um padrão de sustentação importante, apesar de alguns problemas naturais desta fase de maturação, que visa manter a cultura por meio da alimentação de determinada região. Na realidade a possibilidade de 'vivenciar' outras culturas por meio da alimentação pode expor os dois lados da moeda, o lado positivo seria a manutenção da tradição representada pelos pratos típicos da gastronomia regional, melhoria nos indicadores econômicos da região pela inserção de mão de obra no mercado e por alavancar outras possibilidades de ganhos para a população local, pois haverá um maior consumo no comércio local e aumento da ocupação dos meios de hospedagem da região. Os principais aspectos negativos são a possibilidade da perda de identidade dos pratos típicos pelas adaptações de matéria-prima ou no modo de preparo e a possibilidade de degradações ambientais que podem colocar em risco a sustentabilidade da região.

CONCLUSÕES

Os aspectos listados denotam a complexidade da compreensão da relação entre cultura e alimentação através das festas gastronômicas, mas há a certeza de que eles são uma fonte rica para novas pesquisas para atestar a importância do turismo gastronômico. Para Gimenes (2006) deve ser considerada a gastronomia de uma maneira diferente: não como um conhecimento que está escondido na preparação de um prato ou na confecção de uma ferramenta, mas como algo que está por trás do produto final, envolvendo um universo simbólico de conhecimentos, práticas e tradições diversas.

A gastronomia regional deve estar inserida e aceita no contexto social dos municípios que realizam tais eventos, pois assim fica o compromisso dos atores locais e visitantes sobre a importância e valorização deste patrimônio. Vale ressaltar, que o processo de reconhecimento da gastronomia como atrativo turístico cresce lentamente nas comunidades, sendo este um dos motivos para a falta de incentivo por parte dos gestores locais para inserção do segmento

na rota de destinos turísticos (CERETTA, 2012). A diversidade de culturas, paisagens e histórias que caracterizam o Brasil faz com que haja tipos de retenção desses aspectos da vida cotidiana em várias regiões do país, onde os festivais gastronômicos são uma maneira de mudança e transformação sócio-econômica, tecnológica e cultural que necessita de mais estudos para entender os mecanismos de indução dos processos de troca entre os atores envolvidos.

REFERÊNCIAS

- ADEMA, P. *Festive foodscapes: iconizing food and the shaping of identity and place*. 346f. Tese. (PhD in the **Department** of American Studies)- The University of Texas at Austin, Austin, 2006.
- AMILIEN, V.; HEGNES, A. The cultural smell of fermented fish: A view of the development of a local product in Norway. *Journal Food, Agriculture & Environment*, v. 1, n. 2, 2004, p. 141-147.
- AMARAL, R. Festas, festivais, festividades: algumas notas para a discussão de métodos e técnicas de pesquisa sobre festejar no Brasil. In: II Colóquio Festas e Sociabilidades-CIRS/CASO/ Centro Federal de Educação Tecnológica - CEFET, 2, 2008, João Pessoa. *Anais...* João Pessoa: CEFET, 2008.
- BACCON, M. *Festiqueijo: cultura, lazer e turismo*. 171f. Dissertação (Mestrado em Turismo)- Universidade de Caxias de Sul, Caxias de Sul. 2009.
- BARROCO, L.M.S.; BARROCO, H.E. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. *Turismo y Desarrollo*, v. 2, n. 2, 2008, p. 1-10.
- BESSIÈRE, J. Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, v. 38, n. 1, 1998, p.21-34.
- CARVALHO, M.S. A geografia da alimentação em frente pioneira. *Revista Terra Livre*, v.21, n.2, p.95-110, 2005.
- CARVALHO, M.S. Lugares e paladares: uma contribuição geográfica à diversidade do consumo alimentar no Brasil. *Revista RA'E GA - O Espaço Geográfico em Análise*, v. 15, 2008, p. 95-111.
- CASASOLA, L. *Turismo y ambiente*. México: Trilhas, 2000.
- CASCUDO, L. da C. *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global, 2004.
- CERETTA, C.C. Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul-Brasil. *Revista Rosa dos Ventos*, v. 4, n. 1, 2012, p. 89-99.
- CORÇÃO, M. Memória gustativa e identidades: de Proust à cozinha contemporânea. In: XXIV Simpósio Nacional de História- SNH, 24, 2007, São Leopoldo. *Anais...* São Leopoldo: SNH, 2007. p. 536-536.
- DAMATTA, R. The meal is the message. *Courrier da Unesco*, Paris, n.5, 1987, p.22.

DORNELES, E.B. *Gramado: a produção e consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil*. 172 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2001.

FALASSI, A. Festival: definition and morphology. In: FALASSI, A. *Time out of time: essays on the festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987, p. 1-10.

FRIGERI, A.F. *Os Italianos, Vinho e Turismo: O Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha*. 79 f. Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais)- Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 2009.

GASTAL, S.; MACHIAVELLI, M.S. Um pouco da história dos eventos: a Festa Nacional do Champanha. In: do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, n. 26, 2011 São Paulo. *Anais...* São Paulo. 2011.

GÂNDARA, J.M.; GIMENES, M.H.S.G.; MASCARENHAS, R.G.T. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: Panosso, N. A.; Ansarah, M. G. *Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole, 2009, p. 179-191.

GIMENES, M.H.S.G. Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. *Turismo & Sociedade*. Curitiba, v. 4, n. 2, 2011, p. 425-431.

GIMENES, M.H.S.G. O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). *Revista Turismo & Sociedade*, v. 2, n. 1, 2009, p. 8-24.

GIMENES, M.H.S.G. Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, IV Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo- ANPTUR, 3 / 4, 2006, Caxias do Sul *Anais...* Caxias do Sul: SEMINTUR/ ANPTUR, 2006.

GIMENES, M.H.S.G. Bares e casas noturnas: um estudo exploratório sobre consumo e sociabilidade. *Revista Turismo em Análise*, v. 15, n. 1, 2004, p. 73-88.

GOLLO, S.S. *Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos – Serra Gaúcha/RS*. 2006. 359 f. Tese (Doutorado em Administração)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil. 2006.

HAVEN-TANG, C.; JONES, E. Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through a Sense of Place: A Story from Wales – Dining at Monmouthshire's Great Table. *Journal of Culinary Science & Technology*, v. 4, n. 4, 2005, p. 69-74.

HJALAGER, A.M. A typology of gastronomy tourism. In: HJALAGER, A. M.; RICHARDS, G. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge, 2002, p. 22-36.

KALKSTEIN-SILKES, C.A. *Food and Food Related Festivals in Rural Destination Branding*. 148 f. Tese (PhD in Hospitality and Tourism Management)- Purdue University, West Lafayette, Indiana. 2007.

LAVANDOSKI, J. *A paisagem na rota enoturística Vale dos Vinhedos/RS na perspectiva do visitante*. 116 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. 2008.

LAVANDOSKI, J.; TONINI, H.; BARRETTO, M. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, n. 6, v. 2, 2012, p. 90-106.

LEWIS, G. Celebrating Asparagus: Community and the Rationally Constructed Food Festivals. *Journal of American Culture*, v. 20, n. 4, 1997, p. 73-78.

MACIEL, M.E. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Revista Horizontes Antropológicos*, v. 7, n. 16, 2001, p. 145-156.

MENEGHEL, L.M.; GASTAL, S. Turismo e Comunicação: a Festa da Colônia em Gramado-RS sob o olhar da Imprensa. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação- INTERCOM, Fortaleza, n. 35, 2012. *Anais...* Fortaleza, 2012.

NEGRINE, A.S. Festa do Pinhão de São Francisco de Paula/RS. *Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, v.2, n.2, jul.- dez. 2010, p. 129-138.

NÉRY, C.H.C. *A geração de resíduos sólidos no festival gastronômico de Carlos Barbosa: O Festiqueijo*. 171 f. Dissertação (Mestrado em Turismo)- Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2008.

PEREIRA, G.S. *A variável ambiental no planejamento de eventos turísticos: estudo de caso da Festa Nacional da Uva-RS*. 130 f. Dissertação (Mestrado em Turismo)- Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2007.

POLITA, F.S. *O Processo de Desenvolvimento do Vale Dos Vinhedos (Bento Gonçalves-RS)*. 226 f. (Dissertação de Mestrado) Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, Brasil. 2006.

PROUST, M. *A la recherche du temps perdu*. Vol. 1 - Du cotê de chez Swann. 1913. Disponível em: <http://intexto.org/opus/en/proust/recherche/003>. Acesso em: 30 de Agosto de 2012

QUINN, B. Festivals, events and tourism, In: JAMAL, T.; ROBINSON, M. *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: Sage, 2009.

REINHARDT, J.C. *Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade*. 154 f. Tese. (Doutorado em História)- Departamento de História. Universidade Federal do Paraná. Curitiba 2007.

SANTOS, C.R.A. A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. *Revista História: Questões & Debates*, n. 1, 2005, p. 11-31.

SILVA, M.A. *Entraí – Encontro das Tradições Italianas: Festa popular: patrimônio cultural, lazer e turismo*. 130 f. Dissertação (Mestrado em Turismo)- Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2007.

SOARES, H.A. *Vinho e hospitalidade no Vale dos Vinhedos*. 149 f. *Dissertação (Mestrado em Hospitalidade)* Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, Brasil. 2004.

SONATI, J.G.; VILARTA, R.; SILVA, C.C. *Influências culinárias e diversidade cultural da identidade brasileira: Imigração, Regionalização e suas Comidas*. Qualidade de Vida e Cultura Alimentar. 1ª ed. v.1, Campinas: IPES, 2009, p.137-147.

TONINI, H.; LAVANDOSKI, J. Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS). *Revista Turismo em Análise*, n. 29, v. 1, abri., 2011, p. 25-43.

VALDUGA, V. *O Processo de Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos*. 149 f. *Dissertação (Mestrado em Turismo)* Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS. 2007.

YADUO, H. *An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors*. 224 f. Tese (PhD in Recreation and Leisure Studies) University of Waterloo Ontario, Canada, 2010.