

Possibilidades de Roteiros Enoturísticos para a Região de São Joaquim - SC

Flavia Baratieri Losso¹

Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira²

Resumo

Este trabalho apresenta uma proposta de roteiros enoturísticos para a região vitivinícola de São Joaquim (SC). Para atingir este objetivo foi analisado o desenvolvimento da produção de vinhos finos e da atividade turística na região. Muito embora a investigação se concentre nos municípios de Bom Retiro, São Joaquim, Urubici e Urupema, onde em 2010 se encontravam as empresas vitivinícolas com vinhos lançados no mercado desde 2004, a área de abrangência da pesquisa inclui também os municípios de Bom Jardim da Serra e Lages, em razão do seu significado para o incremento de atividades ligadas ao turismo. Como base teórica fundamental foi utilizada a categoria de Formação Sócio-Espacial aliada à idéia de combinações geográficas que, na análise do espaço geográfico, considera o modo como se combinam, ao longo do tempo, os elementos físicos, biológicos e humanos. Assim sendo, o cultivo da uva e a produção de vinhos na região de São Joaquim transformaram-se em uma alternativa para o incremento da oferta turística regional e, diante desta realidade, propõem-se roteiros para a prática do enoturismo.

Palavras-chave: Região de São Joaquim; Vinhos de Altitude; Roteiros Enoturísticos.

1 Introdução

Tendo como premissa que o turismo é um fenômeno sócio-econômico, político e cultural, é possível apontar as categorias de análise espacial propostas por Milton Santos como perspectiva capaz de avaliar um determinado espaço turístico (destino, produto). “A revolução do turismo tem ensejado grande complexidade de relações, tanto entre as pessoas e os componentes físicos da natureza quanto entre os grupos sociais, exigindo maior exploração dos recursos disponíveis” (XAVIER, 2007, p. 75), o que aponta para o dinamismo desta atividade de abrangência mundial que reflete os valores e as necessidades das sociedades atuais.

Este estudo analisou o desenvolvimento da produção de vinhos finos e da atividade

¹ Mestre em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI (2010). Atua como professora de ensino básico, técnico e tecnológico no Campus Florianópolis - Continente IFSC. Email: flavia@ifsc.edu.br.

² Doutora em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (1997). Atualmente é professora do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria da UNIVALI, professora participante do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFSC e bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Email: raquelfontespereira@gmail.com.

turística na região vitivinícola de São Joaquim (SC). Para alcançar este objetivo, o presente trabalho enfatizou a formação sócio-espacial regional, sua origem e evolução, visando à caracterização das determinações naturais e humanas responsáveis por sua configuração, no passado e no presente.

Cabe destacar que o setor de vitivicultura de altitude foi o foco principal desta pesquisa, retratando suas origens, evolução e panorama atual como um novo potencial a ser explorado pelo turismo, tendo em vista as características paisagísticas singulares das regiões produtoras, bem como as sensíveis modificações que tem afetado o mercado global e nacional de vinhos.

Nos últimos anos diversas ações do governo do estado de Santa Catarina, como o Programa de Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento (ACORDE) da região de São Joaquim e o Plano de Marketing Turístico do Estado de Santa Catarina (Plano Catarina), demonstram que o destino turístico “Serra Catarinense” pode ser mais procurado, tornando mais expressiva a necessidade de investimentos que permitam o incremento de sua oferta turística.

A região de São Joaquim integra o conjunto de 65 destinos turísticos escolhidos pelo Ministério de Turismo para serem estimulados ao alcance de padrão internacional de qualidade, onde a distribuição de recursos e a execução de projetos de regionalização do setor serão prioridade para as cidades que compõem as regiões indutoras, permitindo o planejamento de toda a cadeia produtiva no intuito de desenvolver o turismo regional.

A percepção de que o vinho pode ser fator de permanência cultural, visto a partir de uma ideologia, como fator de expressão da identidade e dos hábitos alimentares de sua região produtora (ou de quem o produz), sustenta retratar o enoturismo³ como facilitador do desenvolvimento regional por meio da “venda” do território turístico a partir de sua própria origem e identidade cultural.

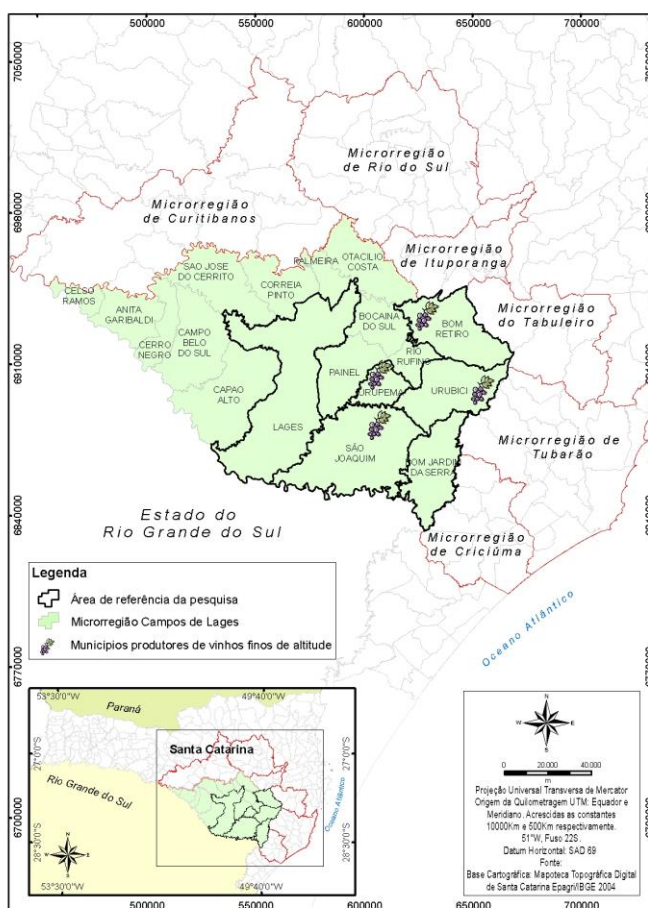
Considerando a relação que se estabelece entre as atividades de turismo e de vitivicultura, espera-se que um produto como o vinho fino de altitude da região de São

³ A definição epistemológica do enoturismo ainda é bastante recente, com base nas leituras dos trabalhos de Hall (2004) e Falcade (2001), ousou-se apresentar uma breve definição do enoturismo como a atividade representada pelo deslocamento das pessoas às regiões produtoras de uva e vinho, sendo evidenciada através das visitas aos vinhedos, às vinícolas, aos festivais e festas da uva e do vinho, no intuito de vivenciar na prática as características de uma região que apresenta em sua economia a atividade vitivinícola.

Joaquim possa intervir na economia local agregando valor e influenciando, ainda mais, os fluxos turísticos regionais.

2 Metodologia

A área objeto (mapa1) deste estudo refere-se aos municípios de São Joaquim, Urubici, Bom Retiro, Urupema, Bom Jardim da Serra e Lages. Os municípios de Lages e Bom Jardim da Serra se mantêm na área de referência por sua significativa importância no desenvolvimento do turismo regional da Serra Catarinense. Já os municípios de São Joaquim, Urubici, Urupema e Bom Retiro concentravam, até o ano 2010, as empresas vitivinícolas que apresentavam vinhos comercializados no mercado nacional desde 2004.



Mapa 1: Representação geográfica da área objeto da pesquisa.
Fonte: Elaborado pela autora e pela geógrafa Renata Duzzioni, (2010).

Para analisar a realidade sócio-espacial da área objeto deste estudo, utilizou-se como

referencial teórico-metodológico o paradigma de Formação Sócio-Espacial proposto por Milton Santos. Esta categoria reúne uma multiplicidade de determinações analíticas, de ordem natural e humana, que combinadas permitem um maior conhecimento da realidade empírica, partindo do entendimento do modo como evoluem as forças produtivas e as relações de produção.

Na verdade, Milton Santos, conforme destaca Mamigonian (1996) em seu texto “A formação sócio-espacial como teoria e como método”, publicado originalmente em 1977, discute o conceito de formação econômica e social, alertando para a ausência da categoria espaço, razão pela qual propõe o paradigma de formação econômica, social e espacial, partindo do entendimento de que “a história não se escreve fora do espaço e não há sociedade a-espacial” (SANTOS, 1982, p. 10). Assim, se o espaço é uma construção social, é necessário que o estudo de qualquer região leve em conta aspectos geográficos e históricos, partindo da esfera da produção.

Aliado a esta categoria chave, o trabalho se apoiou também nas idéias difundidas por A. Cholley que sugere considerar, na análise da organização espacial, a combinação da totalidade dos elementos responsáveis pela sua configuração ao longo do tempo. Assim, “quando procuramos reduzir a realidade geográfica a seus elementos mais simples, chegamos à noção de combinação de complexo, expresso, essencialmente, por fenômenos de convergência” (CHOLLEY, 1964, p. 139), sejam eles físicos, biológicos ou humanos.

Desta forma, para atingir com êxito os propósitos deste estudo, optou-se pela realização de uma pesquisa histórica e exploratória, de abordagem qualitativa. O estudo exigiu inicialmente uma revisão bibliográfica sobre a região do planalto catarinense. Na fase exploratória da pesquisa, recorreu-se aos dados disponíveis em órgãos e entidades relacionados ao setor vitivinícola e turístico. Após esta etapa, o estudo desenvolveu-se através da aplicação de 20 entrevistas semi-estruturadas direcionadas ao setor vitivinícola e ao setor turístico da região.

3 O enoturismo na Serra Catarinense

O andamento da pesquisa demonstrou que o surgimento da atividade de vitivinicultura de altitude na região de São Joaquim está intimamente relacionado às suas condições geo-

climáticas, às diferentes fases de seu crescimento e à diversificação da economia local.

Dentre as três regiões produtoras de vinhos finos de altitude catarinense, já é possível destacar a expressividade da região de São Joaquim através do percentual de área plantada por município, com base em dados obtidos pela Epagri/Ciram (2009)⁴, os quais demonstram que São Joaquim responde por 51,5% da produção, Urupema com 6,1% e Urubici com 0,5%. Nesse espaço, incluindo o município de Urupema, encontravam-se instalados no ano de 2010 8 (oito) vinhedos com vinhos lançados no mercado a partir do ano de 2004, a exemplo da Villa Francioni e da Quinta da Neve, o que demonstra o recente dinamismo da atividade nessa porção do território catarinense.

O vinho é um produto carregado de valor simbólico, associado à cultura, status, glamour, estética de uma sociedade ou classe social. Seus rituais de consumo e apreciação podem também ser responsáveis pela elitização da bebida: a taça para o vinho, a temperatura para degustação, a harmonização com as comidas. Aguiar (2008, p. 207) defende que “grande parte dos que emitem essa opinião especializada são, sobretudo, consumidores de vinhos de escalas de preço mais altas do que as dos consumidores da população mediana brasileira”. De certo modo, a pesquisa demonstrou que a maior parte das vinícolas da Serra Catarinense tende a se posicionar com vinhos de padrão para conhecedores, os enófilos, mantendo sua competitividade junto aos segmentos de consumo das classes mais abastadas, que deverá refletir no perfil do enoturista da região.

Percebeu-se que a maioria dos empreendimentos vitivinícolas da região de São Joaquim planeja construir centros de visitação para os turistas, a fim de que possam conhecer e divulgar seus produtos. Destaca-se que as incursões turísticas nas vinícolas auxiliam na percepção dos visitantes em relação aos custos de produção do vinho e assim, são capazes de promover o consumo do excedente de produção, evidenciado por algumas empresas entrevistadas, maximizando os lucros.

O segmento de turismo no espaço rural, marco desta atividade sócio-econômica na Serra Catarinense, é reconhecido como a experiência turística que se reporta, primeiramente, ao meio rural dotado de atrativos primários na forma de importantes e bem divulgados recursos paisagísticos e climáticos. O turista é motivado pelo frio pela expectativa de ver e

⁴ Estes dados foram obtidos em contato com o pesquisador Luiz Fernando de Novaes Vianna referentes a uma pesquisa encomendada pela ACAVITIS ao Epagri/Ciram, ainda não publicada.

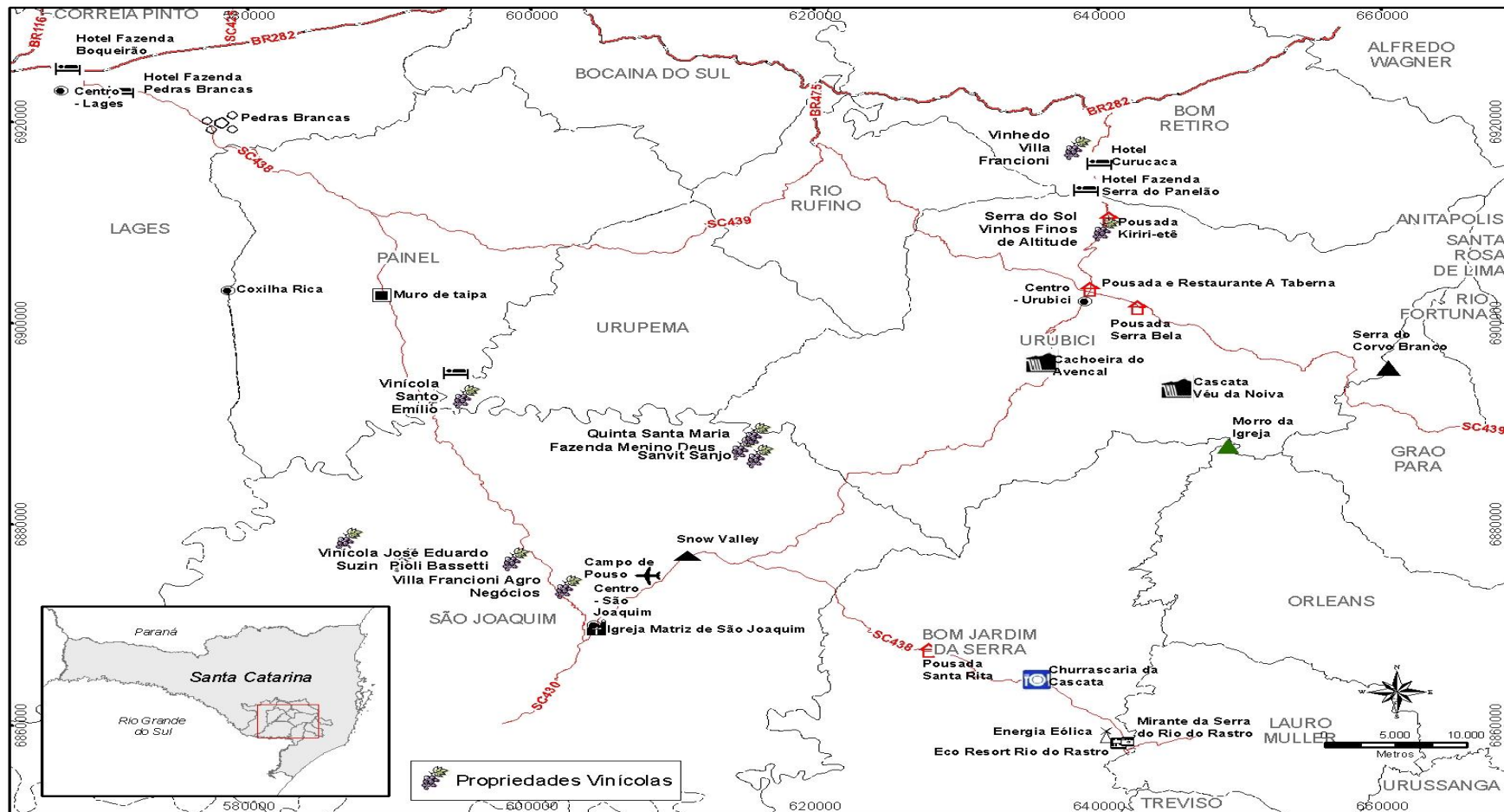
sentir a neve, mas identifica-se também com os aspectos socioculturais e a história regional (LINS, 2008).

É fato que a implantação da atividade turística na região dos Campos de Lages, a partir de meados da década de 1980, foi pioneira na exploração do turismo rural no Brasil e nasceu da iniciativa de alguns fazendeiros (Hotel Fazenda Pedras Brancas, Hotel Fazenda Boqueirão e Hotel Fazenda do Barreiro) devido à busca por novas alternativas de renda para suas tradicionais fazendas de gado.

Com a inserção das atividades vitivinícolas na região, surge a oferta do enoturismo, que desponta como uma atividade promissora, capaz de redirecionar a economia regional e apresentando-se como uma conseqüência aos investimentos vitivinícolas instalados. Atualmente o turista pode visitar em São Joaquim as instalações da Vinícola Villa Francioni, adequadas para as incursões enoturísticas, bem como a loja e a fazenda da Vinícola Quinta Santa Maria, que também oferece passeios aos vinhedos, com almoço servido às margens do rio que corta a propriedade.

O enoturismo traz, na sua essência de atividade econômica, a idéia de transformar o vinho em um evento cultural, valendo-se dos aspectos históricos e culturais das regiões produtoras. O setor de vitivinicultura da região de São Joaquim desponta como uma atividade promissora, capaz de redirecionar a economia regional aliando-se ao turismo, que, de acordo com Marcus Zilli (proprietário da vinícola Serra do Sol/Urubici), parece ser uma conseqüência aos investimentos vitivinícolas instalados.

A pesquisa apontou para a viabilidade da implantação de um roteiro regional de enoturismo, conforme o mapa 2. Ressalta-se que o fato de existirem empreendimentos vitivinícolas em Bom Retiro, Urubici, São Joaquim e Urupema, possibilita a construção de uma rota integrada, composta de três opções de roteiros (Roteiros enoturísticos: Serra do Panelão - Serra do Corvo Branco, Vinícolas do Pericó - Serra do Rio do Rastro e Central). Contudo, recomenda-se que o papel articulador seja da Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitude - ACAVITIS, no sentido de mobilizar o setor turístico já instalado e o poder público regional.



Mapa 2: Rota enoturística da região de São Joaquim.
Fonte: Elaborado pela autora e pela geógrafa Renata Duzzioni, (2010).

Há uma série de elementos a serem considerados na elaboração de uma rota de vinho, como a qualidade do vinho, os serviços turísticos, o comércio, a hospitalidade, a acessibilidade, os serviços básicos, a segurança, o ambiente limpo, a harmonia da paisagem, a tradição do meio rural, as atividades participativas, a interpretação, a assistência técnica, a promoção, dentre outros⁵. Neste sentido, no município de Bom Jardim da Serra destaca-se a Serra do Rio do Rastro, que além de ser uma via de acesso ligando o litoral e o planalto catarinense, representa a beleza e imponência da região dos cânions do Sul do Brasil. O mirante da Serra do Rio do Rastro apresenta-se como um dos principais atrativos da região e o equipamento de hospedagem mais bem estruturado, o Rio do Rastro Eco Resort, propriedade de Ivan Cascaes⁶, presidente do *Convention & Visitors Bureau* Serra Catarinense.

Cabe ressaltar que os equipamentos turísticos apresentados na rota e roteiros sugeridos (mapa 2) foram escolhidos por serem representativos da oferta de serviços turísticos desta região.

Uma rota pode ser traçada em um momento específico, por decisão de mercado ou por política pública. Também pode ser desenhada como um produto novo, baseada em uma idéia original. Esta rota propõe a visitação aos vinhedos da localidade de Pericó (Sanjo, Quinta Santa Maria e Pericó) via passeios realizados em veículo *of Road* ou cavalgadas, devido à qualidade da via de acesso, além das opções de serviços de alimentação na Churrascaria da Cascata; de hospedagem e alimentação no Rio do Rastro Eco Resort ou Pousada Santa Rita; de visitação ao Mirante e Serra do Rio do Rastro e ao Parque Eólico (ainda em construção). O roteiro integra comunidades e equipamentos turísticos localizados nos municípios de Bom Jardim da Serra e São Joaquim.

No mapa 2 podemos visualizar a sugestão de roteiro que integra estabelecimentos de Bom Retiro e Urubici que propõe a visitação ao vinhedo da Villa Francioni, em Bom Retiro (hoje a propriedade não está aberta à visitação, porém entre os projetos idealizados pelo Sr.

⁵ Slide de apresentação intitulado “*Las Rutas del Vino como Planteamiento Estratégico para la Implantación del Turismo Enológico: la perspectiva de las AAPP*” do Curso de Verão “Turismo Enológico”, Universidade Internacional de Andalucía Sede de La Rábida, ministrado pelo Prof. Dr. Enrique Torres Bernier.

⁶ O Sr. Ivan Cascaes é de Orleans (Sul do Estado de Santa Catarina) e morou 46 anos em Florianópolis. Há 4 anos vive em Bom Jardim da Serra por causa de seu empreendimento turístico. O empresário Ivan Cascaes é mais um investidor que representa o empreendedorismo oriundo do Sul do Estado, cujo capital tem origem na pequena produção mercantil dos Vales Atlânticos onde se instalaram os imigrantes (áreas coloniais muito dinâmicas).

Dilor de Freitas estava prevista esta estruturação) e ao vinhedo da vinícola Serra do Sol, em Urubici; os serviços de alimentação e hospedagem no Curucaca Hotel Fazenda, Hotel Fazenda Serra do Panelão, Pousada Kiriri-eté, Pousada e Restaurante A Taberna ou Pousada Serra Bela; além da visitação aos atrativos turísticos naturais, Cachoeira do Avençal, Cascata Veu da Noiva, Morro da Igreja (Pedra Furada) e Serra do Corvo Branco.

O grande número de opções de serviços de hospedagem presentes nesta proposta de roteiro demonstra a grande oferta existente na cidade, além do destaque dado aos atrativos naturais, devido ao fato de Urubici ser conhecida por sua natureza exuberante, que se mantém preservada, pelas matas de araucárias, cachoeiras e cascatas e por abrigar no Parque Nacional de São Joaquim, o ponto mais alto do Sul do Brasil, o Morro da Igreja (altitude de 1.822m).

O Morro da Igreja, localizado em Urubici, é um dos atrativos com expressivo potencial para o turismo de aventura e ecoturismo, onde as possibilidades de investimento encontram-se no mapeamento de trilhas e na elaboração e aperfeiçoamento de roteiros voltados às atividades de aventura tais como *mountain bike*, *rappel*, *trekking* e arvorismo (ACORDE, 2009), que podem ser integradas à visitação aos vinhedos.

A cidade de Bom Retiro possui potencial para o turismo religioso, porém, no caso deste estudo, evidencia-se que, apesar de possuir um dos vinhedos da Villa Francioni e outros projetos vitivinícolas, assim como o empreendimento de agroturismo Curucaca Hotel Fazenda, praticamente não se integra ao roteiro Serra Catarinense, apontado pela SANTUR.

Propõem-se ainda, um roteiro composto por diversos vinhedos que se encontram próximo à região central do município de São Joaquim e, no caso das vinícolas Villa Francioni e Villaggio Bassetti, se localizam junto à SC 438, elemento facilitador na acessibilidade do turista. Para a visitação aos vinhedos das vinícolas Quinta da Neve e Suzin sugere-se a organização de passeios em veículo *of Road* ou cavalgadas, devido à qualidade da via de acesso. A associação da visitação em vinhedos aos passeios em veículo *of Road* retrata uma das perspectivas do enoturismo proposta pelo Prof. Enrique Torres Bernier, na qual outras atividades são vinculadas ao vinho, tornando-o um pretexto turístico.

Para pensarmos um modelo de roteiro enoturístico que integre a propriedade da vinícola Santo Emílio, faz-se necessário destacar sua proximidade do Hotel Fazenda do Barreiro e as possibilidades de atrativos da cidade de Urupema, como por exemplo, a criação de trutas, que podem resultar em investimentos relacionados ao turismo de pesca esportiva e

em restaurantes típicos a base de truta e comida campeira. Cabe destacar ainda, que o Hotel Fazenda do Barreiro oferece cavalgadas para a região da Coxilha Rica, lembrando a atividade tropeira na região e que poderia integrar a visitação à vinícola Quinta da Neve.

No caso do último roteiro enoturístico proposto, parte encontra-se nas proximidades da Rodovia SC 438, que liga a cidade de São Joaquim à Lages, o que sugere uma relação com a herança cultural tropeira fortemente percebida na comunidade local e inclusive, na oferta dos meios de hospedagem, os tradicionais hotéis fazenda (Boqueirão e Pedras Brancas). Estes empreendimentos são símbolos da oferta turística da Serra Catarinense, sendo responsáveis pela captação de grande parte dos visitantes à região.

Cabe destacar, que o planalto serrano possui uma enorme diversidade quanto às suas características naturais (reflexo da exuberante paisagem de campos naturais e matas de araucárias) e às incursões dos povos que participaram da construção da sua história, da apropriação e das modificações deste espaço. O turismo, na Serra Catarinense, poderá mobilizar ainda mais os fluxos de investimentos, o empreendedorismo e o incremento da oferta de empregos e geração de renda para a sua população. Basta que o poder público atue de forma mais integrada, trabalhando o destino Serra Catarinense, instituído pela SANTUR.

Assim, a perspectiva de associar a oferta turística existente ao turismo do vinho, representa um importante negócio para o setor de turismo e para a vitivinicultura local que ainda inicia suas atividades. A rota enoturística da região de São Joaquim sugerida por esta investigação foi fragmentada em três opções de roteiros, que pretendem incrementar e articular a oferta enoturística regional, sem privilegiar um município em detrimento de outro. Esta proposta visa incentivar, sobretudo a ACAVITIS, na elaboração de produtos que aproveitem os equipamentos e serviços existentes, valorizando os atrativos naturais e culturais de cada comunidade e promovendo o surgimento de incursões turísticas inovadoras, assim como o incentivo às melhorias e novos investimentos no setor.

De acordo com Boullón (2002, p. 79), “o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima para o turismo”. Se considerarmos que “o espaço é a síntese, sempre provisória entre o conteúdo social e as formas espaciais” (SANTOS, 1997, p. 88), a paisagem (urbana ou natural) reveste-se de atributos que geram atratividade e motivação no deslocamento dos turistas, possibilitando o crescimento e o desenvolvimento desta economia.

4 Considerações

O recente dinamismo da vitivinicultura na região de São Joaquim aponta para os investimentos pioneiros da Vinícola Quinta da Neve, com vinhedo implantado no ano 2000 e o primeiro vinho lançado em 2004, e da Vinícola Villa Francioni, com vinhedos implantados em 2001 e o lançamento do primeiro vinho em 2005. Entre os empresários há pessoas descendentes de italianos do Sul do Estado de Santa Catarina, do Estado do Rio Grande do Sul e do Estado do Paraná, regiões cujo capital tem origem na pequena produção mercantil do Sul do Brasil, onde se instalaram os imigrantes, definindo e dinamizando estas áreas coloniais.

Há que se ressaltar que os empresários pioneiros do setor vitivinícola de altitude de São Joaquim, que representam as oito primeiras vinícolas que atualmente comercializam seus vinhos no mercado nacional, estão ligados a diferentes setores, como o setor têxtil, o cerâmico, a fruticultura, a indústria madeireira, a pecuária e a comunicação, enfatizando que 50% destes (Suzin, Sanjo, Serra do Sol e Santo Emílio) já possuíam outros negócios na região e a outra metade não (Quinta da Neve, Villa Francioni, Quinta Santa Maria e Pericó).

Evidentemente, estas vinícolas estão fazendo uso de estratégias competitivas para atraírem o público consumidor, mobilizando a compra com base na qualidade, no diferencial e na singularidade das bebidas e valorizando as características únicas obtidas nas áreas de altitude da serra catarinense. Cabe destacar o associativismo que resultou na constituição da ACAVITIS em 2005, visando defender os interesses dos produtores de uvas e vinhos de altitude de Santa Catarina. Para isso, estabeleceram três ações mestras, a) a consolidação da marca coletiva ACAVITIS e a certificação dos vinhos finos de altitude (parceria Epagri, Embrapa Uva e Vinho e SEBRAE), b) a construção de uma sede em São Joaquim (apoio da prefeitura de São Joaquim), e c) a implantação do Projeto de Enoturismo (parceria com o SEBRAE).

Contudo, cabe enfatizar que para a consolidação da oferta enoturística da região de São Joaquim ocorrer, faz-se necessária a articulação do empresariado dos setores de turismo e vitivinicultura, através do associativismo (ACAVITIS), que mobilizará o poder público e as instituições de ensino locais/regionais no sentido de estimular um comprometimento mútuo com o incremento deste produto. Estes devem fazer uso dos atuais projetos iniciados na região

como o Programa de Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento - ACORDE, região de São Joaquim, o Plano de Marketing Turístico do Estado de Santa Catarina - Plano Catarina e as ações do Ministério de Turismo direcionadas ao Destino Indutor São Joaquim.

Neste cenário, o presente estudo ousou propor uma rota enoturística para a região de São Joaquim, composta de três opções de roteiros (Roteiros enoturísticos: Serra do Panelão - Serra do Corvo Branco, Vinícolas do Pericó - Serra do Rio do Rastro e Central) capazes de incrementar e articular a oferta enoturística regional, de forma integrada e sem privilegiar um município em detrimento de outro. Esta proposta pretende incentivar a elaboração de produtos que utilizem os atuais equipamentos e serviços disponíveis, motivando novos investimentos e valorizando os atrativos naturais e culturais de cada comunidade por meio da promoção de incursões turísticas inovadoras.

5 Referências

- ACORDE - Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento. **Relatório de caracterização geral da região - dados secundários**. Balneário Camboriú: UNIVALI, 2009.
- AGUIAR, M. **O vinho na era da técnica e da informação: um estudo sobre Brasil e Argentina**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.
- CHOLLEY, A. **Observações sobre alguns pontos de vista geográficos**. **Boletim geográfico**. Rio de Janeiro: CNG, mar./abr. 1964.
- FALCADE, I. **O espaço geográfico e o turismo na Região da Uva e do Vinho no nordeste do Rio Grande do Sul**. In: Encontro Estadual de Geografia, 21; Caxias do Sul: EDUCS, 2001. **Anais...** Caxias do Sul: Educs, 2001.
- HALL, M. SHARPLES, L. CAMBOURNE, B. MACIONIS, N. **Wine tourism around the world: development, management and markets**. Oxford: Elsevier, 2004.
- LINS, H. N. **Estilização do turismo: ensaio com foco na serra catarinense**. In: Anais II Encontro de Economia Catarinense. Chapecó: 2008. p. 330-351.
- MAMIGONIAN, A. **A geografia e “A formação social como teoria e como método”**. In: SOUZA, Maria Adélia Aparecida (org). **O mundo do cidadão um cidadão do mundo**. São Paulo Hucitec, 1996.
- SANTOS, M. **Espaço e Sociedade**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.
- _____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- XAVIER, H. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.