

Cultura e Alimentação: análise das festas gastronômicas na Serra Gaúcha

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 oferecem uma oportunidade ideal para turistas e moradores locais de interagir e compartilhar experiências. Por exemplo, os agricultores anualmente realizam festivais para compartilhar o bom resultado da lavoura/safra (Adema, 2006; Kalkstein-Silkes, 2007). Este trabalho pretende identificar e analisar os estudos que abordaram as festas gastronômicas relacionadas ao cultivo da uva, na Serra Gaúcha, região histórica e gastronômica, localizado no sul do Brasil. O vinho é o produto turístico principal da região, uma herança cultural dos imigrantes italianos que se instalaram na região no ano 1875, onde se percebe que o alinhamento entre o turismo e o vinho são preponderantes na análise do trabalho, cultura e história do povo desta região.

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

Introdução

O estudo da alimentação é algo fascinante em sua essência, pois são poucos temas dentro do complexo mundo acadêmico que permite a unificação de áreas de conhecimentos distintas, tais como: Economia, Engenharia de Alimentos, Biologia, Engenharia Química, Nutrição,

¹ Mestranda do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), bortnowska@yahoo.com

² Doutora em Engenharia de Produção e Sistemas, Professora do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), anete@univali.br

³ Doutor em Engenharia de Produção e Sistemas, Professor do Programa de Mestrado em Administração da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), sidnei@univali.br

Antropologia, Arqueologia, História, Geografia, Gastronomia e Turismo. Pesquisas com foco 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”.

Na realidade a possibilidade de “vivenciar” outras culturas por meio da alimentação pode expor os dois lados da moeda, ou seja; o lado positivo seria a manutenção da tradição representada pelos pratos típicos da gastronomia regional e 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.

No Brasil existem várias formas de inserção da alimentação para consolidar determinado destino turístico. Em Curitiba, o bairro Santa Felicidade é um exemplo de sucesso na oferta de uma diversidade grande de pratos em uma determinada região geográfica ou o exemplo das cantinas italianas no bairro Bexiga em São Paulo. Pode-se destacar os roteiros que compõe os inúmeros circuitos de Turismo Rural, tais como: Rota das Cachaças no interior de Minas Gerais, Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul ou a Rota dos Tropeiros no Paraná. As festas religiosas também desempenham papel importante em função de consolidar por meio de eventos religiosos as principais práticas gastronômicas da localidade, sendo um dos destaques as festas juninas que ocorrem em todo o Nordeste. 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.

Para Corção (2007) a memória gustativa está associada ao cotidiano dos indivíduos. Alimentar-se no contexto de estudo da memória gustativa, é entendido como uma ação que engloba diversos aspectos sociais, tais como nutrição, economia, tradição, inovação, entre outros. Segundo Santos (2005) os hábitos e práticas alimentares de grupos sociais, práticas estas distantes ou recentes que podem vir a constituírem-se em tradições culinárias, fazem, muitas vezes, com que o indivíduo se considere inserido num contexto sociocultural que lhe outorga uma identidade, reafirmada pela memória gustativa.

As festas gastronômicas são manifestações culturais legítimas de determinada região que evidencia costumes e tradições por meio da alimentação, onde por meio de ingredientes, métodos culinários, representações sociais ou símbolos cria-se um complexo cenário que merece destaque na academia científica em função das várias áreas de estudo mencionadas no primeiro parágrafo deste trabalho.

Neste contexto, este trabalho tem por objetivo verificar como as festas gastronômicas podem influenciar positivamente na manutenção da gastronomia regional por aliar aspectos culturais, aspectos fisiológicos e aspectos simbólicos (por exemplo, a memória gustativa).

Metodologia

Dada a importância histórica e gastronômica da região, pretende-se analisar as festas gastronômicas realizadas na Serra Gaúcha, localizada na região sul do Brasil, a partir da revisão bibliográfica de alguns estudos que abordam especificamente as festas relacionadas ao cultivo da uva. O principal produto turístico da região é o vinho, um legado cultural dos imigrantes italianos que colonizaram a região no ano de 1875, onde se pode ver o turismo e o vinho como difusores da cultura, do trabalho e da história desse povo na região.

A pesquisa envolveu o levantamento bibliográfico elaborado a partir de livros, artigos de periódicos e congressos, e a análise de exemplos que estimulou a compreensão da relação entre temas, tais como: identidade cultural, memória e patrimônio local, festas, turismo, gastronomia.

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 a comida vista a “roupagem” de seu país 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-la como uma comida típica daquele país.

A cultura alimentar nas Américas está fortemente relacionada às populações que para cá se deslocaram trazendo 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 devemos considerar que o país possui uma dimensão continental não somente do aspecto geográfico, mas principalmente na sua diversidade cultural implantada pelos imigrantes que aqui se instalaram: italianos, alemães, japoneses, espanhóis, árabes, suíços e outros (Sonati, Vilarta & 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 (2003 como citado em 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.

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 ou 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 que ingerimos teria influência no nosso temperamento, onde doenças como diabetes, pressão sangüínea alta, cálculos renais têm uma estreita ligação com a alimentação e hábitos cotidianos.

As particularidades apresentadas acima refletem realmente o modo de vida de boa parte da população, onde existe uma predominância da presença de jovens na ideologia hedonista ou idosos na ideologia nutricionista, mas deve-se 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 (a partilha do chimarrão, a figura do gaúcho, etc.) e reafirmam um estilo de vida vinculado a uma identidade regional ou ainda o preparo do acarajé pelas baianas nas ruas de Salvador não se resume ao uso de técnicas culinárias, mas representa e materializa 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 a potencialidade gastronômica da região. Por exemplo, os roteiros de vinho e chocolate na Serra Gaúcha e as rotas da cachaça no interior de Minas Gerais. Existem vários outros eventos espalhados pelo Brasil, tais como: a Festa Nacional do Porco no Rolete realizada em Toledo/PR, a Oktoberfest em Blumenau/SC, a Marejada em Itajaí/SC, as diversas Festas que 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 Lingüiça em Maracaju/MS para citar alguns eventos que eram regionais e, devido a importância nos últimos anos ganharam repercussão nacional.

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.

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. Da Matta afirma que “a comida tem o papel de destacar identidades e, conforme o contexto das refeições elas podem ser nacionais, regionais, locais, familiares ou pessoais” (Santos, 2005). Para Corção (2007) a história da alimentação estabelece uma linha de continuidade entre o definhamento da tradição, a re-invenção 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, estremeci atento ao que se passava de extraordinário em mim. Inadivira-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 foco em determinada comida ou itens e comportamentos relacionados a comida em foco, onde se busca a celebração da comida local ou reforçar o orgulho, as tradições e as especialidades que a comunidade deseja partilhar, mas também pode ser uma atração turística que é criada ou restaurada especialmente para os visitantes “de fora” para promover o turismo local e / ou produtos culinários.

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 (CE), a Marejada (SC), 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 culinária 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 a produção, bem como reforçar a identidade local de destino e de sua comunidade local.

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 a turismo ou a 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.

No sul do Brasil, os imigrantes italianos desbravaram uma região no alto da Serra Gaúcha, trabalhando em conjunto com outras etnias, especialmente os luso-brasileiros da região dos Campos de Cima da Serra, dominaram o ambiente hostil e construíram estradas, plantaram e abasteceram seus sonhos por meio do trabalho. A conquista desta civilização é comemorada na Festa da Uva, onde a celebração da colheita e dos resultados atrai consumidores de outros municípios e estados. (Frigeri, 2009).

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 dos gêneros alimentícios, na verdade, uma desculpa para criar, ou inventar uma tradição para fins que são, em certa medida, economicamente importantes para a comunidade, mas não são realmente culturalmente significativos, em qualquer sentido local. O festival não ressuscita velhas tradições da área nem de quaisquer grupos sub-culturais que residem em Stockton (Lewis, 1997).

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 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 ser exibidos e vendidos. Festivais também apresentam sessão de autógrafos de livros de receitas, apresentações de chefs famosos, palestras e demonstrações, concursos de culinária, 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 alimentar-terra-lugar estabelecido 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 se tornar "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 que procuram "experiências existenciais" que encontrem formas puras ou mais simples de existência em regiões mais afastadas dos grandes centros (Bessièrre, 1998).

Resultados

O presente trabalho analisou os trabalhos publicados sobre as festas gastronômicas relacionadas ao cultivo da uva, na Serra Gaúcha. Estas festas tem importância histórica e gastronômica da região. A paisagem chama muito a atenção do visitante, sendo um fator motivador, relacionado diretamente ao vinho e, em conjunto com ele, traduz a identidade do Vale dos Vinhedos, onde a paisagem pode ser vista como um patrimônio cultural da região (Lavandoski, 2008). Casasola (2000) sustenta esta reflexão, pois o patrimônio cultural é sinônimo de ambiente transformado e também do ambiente sociocultural, justamente o que se pode visualizar nesta região.

As principais festas da região são a Festa Nacional da Uva (Caxias do Sul), Festa Nacional do Vinho (Bento Gonçalves) e a Festa Nacional da Champanha (Garibaldi) que inicialmente tinham o objetivo de 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 sobre assuntos relacionados a vitivinicultura (Valduga, 2007).

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

- O desenvolvimento das festas gastronômicas nas proximidade 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);

- 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 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);
- 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) elabora 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 celebração da colheita e festejar seus resultados acabam atraindo consumidores de outros municípios e estados (Frigeri, 2009);
- 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 realização de viagens desse segmento (Tonini e Lavandoski, 2011);

- O turismo gastronômico “consome localidades” e propiciam uma economia voltada para as sensações e experiências dos turistas (Tonini e Lavandoski, 2011).

Neste contexto, verifica-se 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.

Conclusões

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.

Os aspectos listados acima denotam a complexidade da compreensão da relação entre cultura e poder através das festas gastronômicas, mas há a certeza de que eles são uma fonte rica para novas pesquisas para atestar a importância do turismo de alimentos. 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.

REFERÊNCIAS

- Adema, P. (2006). *Festive foodscapes: iconizing food and the shaping of identity and place*. (PhD em Estudos Americanos). The University of Texas at Austin, Austin, USA.
- Amilien, V., Hegnes, A. (2004). The cultural smell of fermented fish: A view of the development of a local product in Norway. *Journal Food, Agriculture & Environment*, 1(2), 141-147.
- Amaral, R. (2008). Festas, Festivais, festividades: algumas notas para a discussão de métodos e técnicas de pesquisa sobre festejar no Brasil. *Anais do II Colóquio Festas e Sociabilidades*, João Pessoa, PB, Brasil.
- Baccon, M. (2009). *Festiqueijo: Cultura, Lazer e Turismo*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil.

- Barroco, L. M.; Barroco, H. E. (2008). A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. *Turismo y Desarrollo*. 2(2), 1-10.
- Bessièrè, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Carvalho, M. S. (2005). A geografia da alimentação em frente pioneira. *Revista Terra Livre*, 21(2), 95-110.
- Carvalho, M. S. (2008) Lugares e paladares: uma contribuição geográfica à diversidade do consumo alimentar no Brasil. *Revista RA' E GA - O Espaço Geográfico em Análise*, 15, 95-111.
- Casasola, L. (2000) *Turismo y ambiente*. México: Trilhas.
- Cascudo, L. C. (2004). *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global.
- Corção, M. (2007). Memória Gustativa e Identidades: de Proust à Cozinha Contemporânea. *XXIV Simpósio Nacional de História*, São Leopoldo, RS, Brasil.
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and morphology. In: FALASSI, A. (Eds.) *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press. 1, 1-10.
- Frigeri, F. A. (2009). *Os Italianos, Vinho e Turismo: O Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha*. (Dissertação de Mestrado). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil.
- Gândara, J. M. G. Gimenes, S. G. Mascarenhas, R. G. (2009). Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In Panosso, N. A. and Ansarah, M. G. (Eds.). *Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole. 179-191.
- Gimenes, M. H. S. G. (2009). O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). *Revista Turismo & Sociedade*, 2(1), 8-24.
- Gimenes, M. H. S. G. (2006). Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In *Gastronomia y desarrollo local. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*. Caxias do Sul.
- Gimenes, M. H. S. G. (2004). Bares e casas noturnas: um estudo exploratório sobre consumo e sociabilidade. *Revista Turismo em Análise*, 15(1), 73-88.
- Gollo, S. (2006). *Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos – Serra Gaúcha/RS*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil.
- Haven-Tang, C.; Jones, E. (2005). 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*, 4(4), 69-74.
- Hjalager, A. M. (2002). A typology of gastronomy tourism. In: Tourism and Gastronomy. In: HJALAGER, A. M.; Richards, G. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge. 2, 22-36.
- Kalkstein-Silkes, C. A. (2007). *Food and Food Related Festivals in Rural Destination Branding*. (Thesis of PhD). Purdue University West Lafayette, Indiana, United States.
- Lavandoski, J. (2008). *A paisagem na rota enoturística Vale dos Vinhedos/RS na perspectiva do visitante*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil.
- Lewis, G. H. (1997). Celebrating Asparagus: Community and the Rationally Constructed Food Festivals. *Journal of American Culture*, 20(4), 73-78.
- Maciel, M.E. (2001). Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Revista Horizontes Antropológicos*, 7(16), 145-156.

- Polita, F. S. (2006). *O Processo de Desenvolvimento do Vale Dos Vinhedos (Bento Gonçalves-RS)*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, Brasil.
- Proust, Marcel. (1913). *A la recherche du temps perdu*. Vol. 1 - Du côté de chez Swann. Recuperado em 30 de dezembro 2011: <http://intexto.org/opus/en/proust/recherche/003>.
- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism, In: JAMAL, T.; ROBINSON, M. (Org.) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: Sage.
- Reinhardt, J.C. (2007). *Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade*. (Tese de Doutorado). Universidade federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Santos. C.R. (2005). A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. *Revista História: Questões & Debates*, (1), 11-31.
- Soares, H. A. (2004). *Vinho e hospitalidade no Vale dos Vinhedos*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, Brasil.
- Sonati, J.G. Vilarta, R. & Silva, C.C. (2009). *Influências culinárias e diversidade cultural da identidade brasileira: imigração, regionalização e suas comidas*. In *Qualidade de vida e cultura alimentar*. Campinas: IPES.
- Tonini, H. & Lavandoski, J. (2011). Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS). *Revista Turismo em Análise*, 29(1), 25-43.
- Valduga, V. (2007). *O Processo de Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS.
- Yaduo, H. (2010). *An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors*. (Tese de Doutorado). University of Waterloo, Waterloo, Ontário, Canadá.