

EL MOVIMIENTO SLOW FOOD EN EL CONTEXTO DEL TURISMO ENOGASTRONÓMICO

El caso de la Serra Gaúcha (RS, Brasil)

*Renata Gonçalves Rodrigues**

*Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do
Rio Grande do Sul - Campus Vacaria, Brasil*

*Marcelo Matos de Sá***

Universidad Federal de Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

*Ana Claudia Machado Padilha****

Universidad de Passo Fundo, Brasil

*Marcelino de Souza*****

Universidad Federal de Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Resumen: *En el contexto del turismo gastronómico se destacan los itinerarios desarrollados en áreas vitivinícolas, explorando como atractivos los alimentos y bebidas que confieren a los turistas interacciones con productos tradicionales. En este escenario se encuentra la Serra Gaúcha en el Estado de Rio Grande do Sul - Brasil. Aliado al creciente interés por la culinaria regionalizada, aparece el movimiento Slow Food, presente en 160 países y que preconiza el consumo de alimentos buenos, limpios y justos, alineados a los preceptos de consumo consciente, la preservación del medioambiente y las formas más limpias de producción. Ante este panorama es que se presenta la propuesta de ese estudio, con el objetivo de analizar la relación del Slow Food con el turismo enogastronómico en la región del Convívio Slow Food Primera Colonia Italiana en la Serra Gaúcha - Brasil. Se realizó la triangulación entre los conceptos teóricos relativos a la Short Food Supply Chain, el turismo enogastronómico y el movimiento Slow Food. Este último, el ambiente de la Serra Gaúcha y los segmentos de turismo desarrollados en la región, evidenciaron el acortamiento de la cadena, caracterizándose como una Short Food Supply Chain. Por último, se observa la posibilidad de ampliación de los estudios relacionando la teoría de los Short Food Supply Chain y la actividad turística, o bien la exploración de las relaciones del movimiento Slow Food con el desarrollo local.*

PALABRAS CLAVE: *localismo, gastronomía, turismo, enoturismo, short food supply chains.*

Abstract: *Slow Food in the Context of Enogastronomic Tourism in the Serra Gaúcha (RS, Brazil). In the context of gastronomic tourism, the itineraries developed in wine-growing areas stand out, exploring as attractive the foods and drinks that provide tourists interactions with traditional products.*

* Doctora en Agronegocios por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Actualmente es profesora en los cursos de Agronomía y Técnico en Logística en el Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rio Grande do Sul - Campus Vacaria (IFRS), Brasil. Dirección Postal: Avenida Venâncio Aires, 449/1102, Santana, CEP: 90040-193, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: renata_gr@yahoo.com.br

** Licenciado en Desarrollo Rural por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil; y en Historia por la Universidad Luterana del Brasil (ULBRA), Porto Alegre, Brasil. Actualmente es estudiante del Máster del Programa de Agronegocios de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul. Dirección Postal: Guilherme Alves, 891/402. CEP: 90040-000, Jardim Botânico, CEP: 90680-001, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: mmatos1978@outlook.com

*** Doctora en Agronegocios por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Actualmente es profesora de Tecnología de Gestión de Agronegocios, la Licenciatura en Administración y la Maestría en Administración en la Universidad de Passo Fundo, Passo Fundo, Brasil. Dirección Postal: Capitán Araujo 706/1605, Centro, CEP: 99010-200, Passo Fundo, RS, Brasil. E-mail: anapadilha@upf.br

**** Doctor en Ingeniería Agrícola por la Universidad Estadual de Campinas, Campinas, Brasil. Actualmente es profesor asociado de la Facultad de Ciencias Económicas y de los Programas de Posgrado en Desarrollo Rural y de Agronegocios de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Dirección Postal: Avenida João Pessoa, 31. CEP: 90040-000, Centro Histórico, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: marcelino.souza@uol.com.br

In this scenario, is found the Serra Gaúcha, mountainous region that is located in the northeast of the state of Rio Grande do Sul - Brazil. In addition to the growing interest in regionalized cuisine, the Slow Food movement, which is present in 160 countries, stands for the consumption of good, clean, and fair foods, aligned with the precepts of conscious consumption, preservation of the environment and cleaner production. In this scenario, the proposal of this study presents, with the objective of analyzing the relationship between Slow Food and enogastronomic tourism in the region of Slow Food Conviviality First Italian Colony in the Serra Gaúcha - Brazil. For the development of the research proposal, triangulation between theoretical concepts related to the Short Food Supply Chain approach, enogastronomic tourism and the Slow Food movement. The Slow Food movement, the Serra Gaúcha environment and the tourism segments developed in the region, evidenced the shortening of the chain, characterizing itself as a Short Food Supply Chain. Finally, it is possible to expand the studies related to the Short Food Supply Chain theory and tourism activity, or to explore the relationship between the Slow Food movement and local development.

KEY WORDS: *localism, gastronomy, tourism, enotourism, short food supply chains.*

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con datos del World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019), en Brasil uno de cada cinco empleos fue generado por la actividad turística en los últimos cinco años, así como el turismo fue responsable por la inyección de US\$ 152,5 billones (8,1% del Producto Interno Bruto) en 2018. Mientras que la economía global presentó un crecimiento de 3,2% y la actividad turística creció un 3,9% generando 6,8 millones de empleos (WTTC, 2019).

Además, Brasil ofrece una gama de productos turísticos diversificados que son reconocidos por su importancia en el desarrollo socioeconómico (Brasil, 2014). A este contexto, se incluyen como elemento estratégico para el desarrollo del sector, los productos y servicios de la agricultura familiar.

La actividad turística está compuesta por diversos segmentos (Díaz-Pérez, Bethencourt-Cejas & Álvarez-González, 2005; Tkaczynski, Rundle-Thiele & Beaumont, 2009) como el turismo gastronómico o gastroturismo, que es el resultado de la sinergia entre gastronomía y turismo. Este segmento se caracteriza por la producción de alimentos, la selección de los ingredientes y la valoración de los platos, los cuales manifiestan la cultura y costumbres del lugar (Henriques & Custódio, 2010; Bittencout & Machado, 2011; Williams *et al.*, 2014).

En el ámbito del turismo gastronómico se destacan los itinerarios desarrollados en áreas vitivinícolas, con la propuesta de armonización entre gastronomía y vinos producidos en el lugar (Gastal & Pertile, 2014). En este segmento se ofrece a los visitantes el contacto directo con el productor y la apreciación de los platos típicos, la cultura y el paisaje que se revelan como activos que

incentivan a productores y comerciantes locales al desarrollo de la actividad turística (Hall *et al.*, 2003).

A partir del entendimiento de las innumerables posibilidades de explotación y desarrollo del turismo, los destinos turísticos emergen como centros de gastronomía explotando como atractivos los alimentos y bebidas que confieren a los turistas la interacción con los productos tradicionales (Long, 2013; Getz & Robinson, 2014). En este segmento que es desarrollado en diversas partes del mundo (Ignatov & Smith, 2006; Ab Karim & Chi, 2010; Horng & Tsai, 2012; López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012; Aratuo Etienne, 2019) se encuentra la Serra Gaúcha, región montañosa que está localizada en el nordeste del Estado de Rio Grande do Sul en Brasil.

En esta localidad se destaca la oferta de rutas e itinerarios turísticos que han presentado un aumento en el número de turistas: Itinerario Caminos de Piedra (De Souza, Elesbão & Schaidhauer; 2011), Ruta de las Cantinas Históricas (Favero, 2012), Ruta de los Espumantes (Chiattoni & Chiattoni, 2013), Camino del Sabor (César, 2016), Ruta Vía Orgánica (Padilha, Sá & Rodrigues, 2018) o Valle de los Viñedos (Tonini & Lavandoski, 2011).

En el ámbito del turismo gastronómico y enogastronómico, los estudios recientes demuestran el aumento en el interés por el consumo de alimentos locales (Paciarotti & Torregiani, 2018). Ante el creciente interés por la cocina regional, los platos típicos y los alimentos tradicionales, se destaca el movimiento Slow Food. El mismo está presente en 160 países y promueve el consumo de alimentos buenos, limpios y justos, alineados a los preceptos de consumo consciente, preservación del medioambiente y formas más limpias de producción (Laudan, 2004; Simonetti, 2012).

En este contexto, el objetivo del estudio fue analizar la relación del Slow Food con el turismo enogastronómico en la región del Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana en la Serra Gaúcha, Brasil. El abordaje metodológico de la propuesta de investigación se apoya en la triangulación entre los conceptos teóricos relativos a los Short Food Supply Chain, el turismo enogastronómico y el movimiento Slow Food. Considerando la importancia identificada en el espacio rural como parte de un producto turístico en el que se destacan las rutas enogastronómicas, surge un campo fértil para la investigación científica. Ante la posibilidad de desarrollar una actividad capaz de involucrar a los productores rurales y diferenciar una localidad, es latente la necesidad de realizar investigaciones y profundizar las observaciones de este campo.

Con el fin de subsidiar a los profesionales involucrados en el sector del turismo en el medio rural y en la planificación, así como a las políticas públicas, se justifica el desarrollo de trabajos académicos sobre este tema. Cabe destacar la posibilidad de ampliar los estudios relacionando la teoría de los Short Food Supply Chain y la actividad turística o explorar las relaciones del movimiento Slow Food y el desarrollo local.

TURISMO, VINO Y GASTRONOMÍA

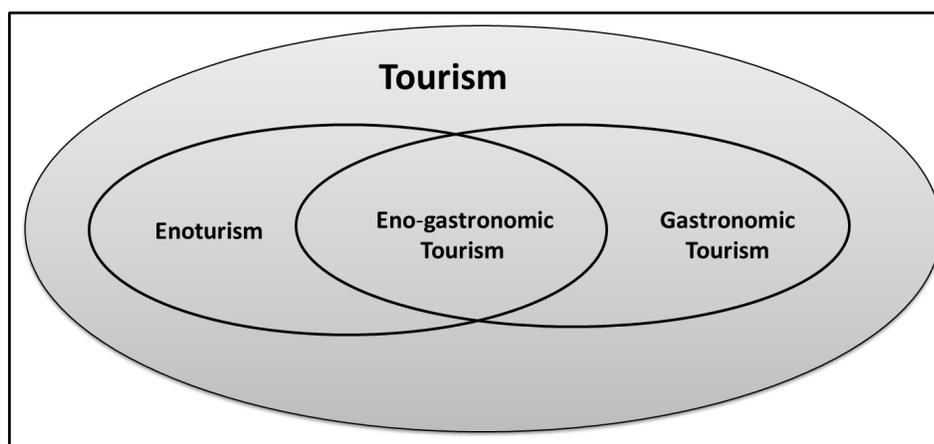
El turismo gastronómico y el enoturismo son relevantes en la investigación científica (Kivela & Crotts, 2006; Povey, 2011; Williams *et al.*, 2014). En el ámbito del turismo gastronómico, se considera la búsqueda intencional de experiencias relacionadas con los alimentos y bebidas mientras se exploran rutas e itinerarios turísticos, sean internacionales, regionales o locales. En esas experiencias están presentes la memoria cultural, las habilidades regionales, la naturaleza y la calidad percibida por los turistas (Williams *et al.*, 2014).

El turismo gastronómico revela su potencial para impulsar la economía agrícola, generar empleos, desarrollar rutas y promover productos agroalimentarios, proporcionando experiencias al turista a través de las visitas a los establecimientos comerciales y propiedades rurales y el contacto con los productores locales (Kivela & Crotts, 2006; Povey, 2011; Vazquez De La Torre *et al.*, 2014). Por lo tanto, el turismo gastronómico se caracteriza como un importante atractivo de un territorio, así como un activo que contribuye a fortalecer otros productos y atracciones turísticas de una región (Fox, 2007).

El enoturismo es comprendido como un segmento del turismo, visto que su ocurrencia está ligada al cultivo de viñedos y la producción de vinos en determinado territorio (Asero & Patti, 2009). Hay otros elementos que integran el enoturismo como la infraestructura, la gastronomía, el paisaje y las características edafoclimáticas locales (Tonini, 2011; Mitchell *et al.*, 2012). Eso ocurre pues los aspectos relativos al ambiente rural, las técnicas de producción, el conocimiento, las creencias y la cultura de la comunidad local, están unidos al sistema de cultivo y producción del vino. Así, se considera que esos factores dan forma a la práctica del enoturismo (Mitchell *et al.*, 2012). Se observó que el enoturismo abarca tanto la prestación de servicios como la incorporación de la imagen turística del destino. Los eventos y festivales, la explotación del patrimonio cultural, las degustaciones y la comercialización en bodegas, la gastronomía, los paseos y el alojamiento desarrollan el sector (Bruwer, 2003).

La literatura sobre enoturismo ha descripto y cuantificado el fenómeno enfatizando la industria y las perspectivas del destino. La experiencia del enoturismo puede aumentar el desarrollo económico, social, cultural y los valores de una región como una herramienta para crear ventajas competitivas (Charters & Ali-Knight, 2002; Getz & Brown, 2006). En el segmento del turismo enogastronómico (Figura 1), la literatura se ha dedicado a analizar el turismo del vino y la alimentación a través del maridaje de los platos regionales con los vinos producidos localmente (Charters & Ali-Knight, 2002). Este segmento turístico también incluye experiencias con el arte, las raíces históricas, la cocina, las técnicas de preparación y los valores de la cultura regional, que pasan a relacionarse para conformar un campo de estudio (Gomez & Molina, 2012; Gastal & Pertile, 2014).

Figura 1: Segmentaciones del turismo e interrelaciones



Fuente: Elaboración propia

Para Londoño (2011) la relación entre el turismo y la gastronomía es evidente, no obstante se presenta con mayor intensidad la unión entre las farmshops (tiendas especializadas en las propiedades rurales). En determinadas áreas rurales es posible identificar inversiones en el turismo enogastronómico como oportunidad de desarrollo económico (Sparks & Malady, 2006). Las iniciativas individuales o colectivas presentan un potencial contributivo para el aumento de las ventas en los lugares de producción, la mejora de la imagen de un destino turístico y el aumento del flujo de turistas (Sparks & Malady, 2006; Vazquez De La Torre *et al.*, 2014). Así, la creación de rutas enogastronómicas constituye un agrupamiento de actividades y cambios que estimulan la cooperación y la colaboración entre las comunidades locales y las regiones vecinas (Povey, 2011; Vazquez De La Torre *et al.*, 2014).

En este contexto, el turismo enogastronómico propicia la aproximación entre emprendedores locales y turistas, visto que el comercio cara a cara es predominante en este tipo de actividad (Marsden, Banks & Bristol, 2000). La percepción del turista en relación a la localidad es influenciada positivamente como consecuencia de la aproximación a los emprendedores locales, que es mediada por la comercialización (Rodrigues, Souza & Dewes, 2017).

UNA MIRADA SOBRE LOS SHORT FOOD SUPPLY CHAIN

El reciente debate sobre los short food supply chain ocupa un espacio relevante en las discusiones sobre desarrollo rural y políticas agrícolas. Por medio de sistemas de consumo local y canales de comercialización alternativos se destaca la presencia de relaciones de proximidad que puede ser espacial cuando productor y consumidor comercializan en un espacio geográfico próximo, así como puede ser informacional cuando la proximidad es mediada por la información contenida en rótulos, certificaciones de origen, *fair trade* e incluso en una cadena global con pocos intermediarios

(Renting *et al.*, 2003; Ilbery *et al.*, 2004; Fonte, 2008; Aubry & Kebir, 2013; D'amico *et al.*, 2014; Tanasã, 2014; Grasseni, 2014; Paciarotti & Torregiani, 2018).

La concreción de un short food supply chain (SFSC), bajo la perspectiva de Marsden, Renting & Bristow (2000), no está condicionada a la proximidad geográfica entre productores y consumidores, sino que se centra en compartir información que posibilita una noción mutua de la realidad (awareness), dando señales claras de un intento por parte de los productores y consumidores de combinar nuevos tipos de oferta y demanda sustentada por proximidad y confianza (Renting, Marsden & Banks, 2003).

En un SFSC un alimento producido localmente y comercializado por medio de farmshops, ferias de productores, picking your food, a través de sistemas de entregas, e-commerce y entregas de cestas, permite a los consumidores verificar la calidad del alimento y apreciar sus atributos como la frescura, la autenticidad y la estacionalidad. Al mismo tiempo, los consumidores pueden comprar productos de mayor calidad por precios más bajos o al menos más competitivos (Renting, Marsden & Banks, 2003; Ilbery *et al.*, 2004; Aubry & Kebir, 2013; D'amico *et al.*, 2014).

Los SFSC contribuyen a que sea impulsada la comercialización de productos locales, no obstante en ese modelo de intercambio comercial la información desempeña el rol de crear un vínculo entre productores y consumidores, de modo que sus expectativas y percepciones sean transformadas tanto en mejoras a nivel del producto, como en fortalecimiento de la relación entre las partes (Ilbery & Meye, 2006; Guzmán, López & Román, 2013).

En este contexto las mercaderías poseen lo que Kopytoff (2008) define como "biografía cultural", al decir que un producto forma parte de un proceso cultural y cognitivo. En el segmento de turismo enogastronómico, el abordaje de los SFSC contribuye a entender la sinergia de esos sistemas y compartir el "know how" entre los integrantes de la cadena (Renting, Marsden & Banks, 2003).

Se observa una tendencia que permite que las redes de productores locales puedan atender las demandas de redes alternativas de consumidores por medio de los SFSC. En el caso de los productores, el tiempo y la confianza son dos factores fundamentales en ese abordaje de comercialización, así como la estructuración de una estrategia de la red de comercialización (Renting *et al.*, 2003; Grasseni, 2014).

Los productos agroalimentarios y marcas locales, distribuidos a través de SFSC, poseen un papel importante en el desarrollo del turismo en el medio rural, pues su promoción contribuye implícitamente a mejorar la imagen local entre los turistas (Grasseni, 2014). Miele & Murdoch (2002) destacan el Slow Food como uno de estos movimientos alternativos que buscan rescatar los aspectos locales de producción y valoración de los alimentos y de la gastronomía, reconectando a productores y consumidores. En este ámbito, se observan aspectos comunes de los SFSC.

CONTEMPLANDO LO “BUENO”, LO “LIMPIO” Y LO “JUSTO”: SLOW FOOD

El Movimiento Slow Food surgió en Italia en 1986, en oposición al modelo de estandarización de los alimentos propuesto por las cadenas de restaurantes, las redes de supermercados y el mercado de commodities (Andrews, 2008). Su fundador, Carlo Petrini, publicó un manifiesto contra la proliferación de la industria de fast food que se instalaba en Europa, proponiendo un modelo de alimentación volcado a la valoración de la cultura y de los sistemas de producción local, habiendo adquirido proyección mundial frente a este debate (Miele & Murdoch, 2002; Jones *et al.*, 2003; Weismantel, 2002; Lowry & Lee, 2016).

Con sede en la ciudad de Bra (Italia), teniendo como símbolo un caracol, la red está presente en 160 países y posee más de 1.500 convivios (grupos locales), más de 2500 comunidades de alimento y cerca de 100 mil miembros, además de proyectos como el Arca del Gusto, las Fortalezas, los Mercados de la Tierra y la Alianza de los Cocineros Slow Food (Slow Food International, 2012). En el contexto del Slow Food, los alimentos pasan a ser vistos como fuente de cultura y ocio además de fomentar la producción y la economía local (Lowry & Lee, 2016). Posee como principio la comida y el alimento bueno, limpio y justo, siendo bueno aquel producido que valore el sabor y las conexiones con una región y cultura, limpio aquel que contribuya con la preservación del medioambiente y justo si es producido de forma socialmente sustentable (Slow Food International, 2015).

El movimiento Slow Food implementó una estructura organizada para actuar en diversos frentes con diferentes objetivos, buscando incentivar la valoración de las tradiciones, la biodiversidad y las comunidades locales que, dentro de la filosofía del movimiento, transforman el acto de comer en una experiencia gastronómica (Miele & Murdoch, 2002; Jones *et al.*, 2003; Chrzana, 2004; Hall, 2012; Tencati & Zsolnai, 2012).

Su actuación busca la promoción o desencadenamiento de un proceso de transformación de la política alimentaria, poniendo en debate la relocalización alimentaria y de las redes alternativas de comercialización (Petrini, 2013). Este debate está relacionado con las prácticas de producción y el mercado, en lo que se refiere a la valoración de productos y tradiciones locales, maximizando la eficiencia económica y productiva en torno al alimento (Jones *et al.*, 2003; Dulap, 2012; Valduga, Maccoppi & Minasse; 2018). Se caracteriza por reunir consumidores conscientes, que al estar directamente involucrados en los procesos de producción asumen el carácter de coproductores (Chrzana, 2004; Hall, 2012). De esa forma, se desarrollan acciones volcadas al fortalecimiento de las relaciones entre productores y consumidores, donde la producción local permite que los consumidores comprendan y participen activamente del SFSC, formando nuevas conexiones y redes entre productores y coproductores (Tencati & Zsolnai, 2012).

Estimular esas conexiones en red potencia la creación de mercados locales y crea nuevas posibilidades en la agricultura y la gastronomía por medio de la reducción de las distancias entre

productores y consumidores reflejándose positivamente en las comunidades, así como fortaleciendo y estimulando actividades económicas locales (Chrzana, 2004; Tencati & Zsolnai, 2012; Hall, 2012).

Para los miembros del movimiento, los valores relacionados con el consumo ético, los sistemas alimentarios locales y la relocalización alimentaria tienden a establecer conexiones entre Slow Food, culinaria y turismo (Lee *et al.*, 2015). En este sentido, se puede considerar que la relación entre el turismo y el Slow Food, que involucra conexiones entre personas y lugares, cultura, alimentación, patrimonio y medioambiente (Lowry & Lee, 2016), ha recibido una mayor atención de los investigadores por medio de estudios de caso que buscan identificar los valores del movimiento Slow Food, junto con otras tendencias agroalimentarias (Boyd, 2015).

El Slow Food se revela multifacético y desde el punto de vista global difícilmente puede ser considerado una entidad coherente, pudiendo ser definido como un compuesto de iniciativas diversificadas (Sassatelli & Davolio, 2010; Myers, 2012). Existe una intención de organizar y hacer que el movimiento sea más cohesivo, mientras que debido a su carácter local cada país desarrolla estrategias de actuación distintas produciendo un contraste que es intrínseco al movimiento (Hendrikx *et al.*, 2017; Valduga, Maccoppi & Minasse; 2018).

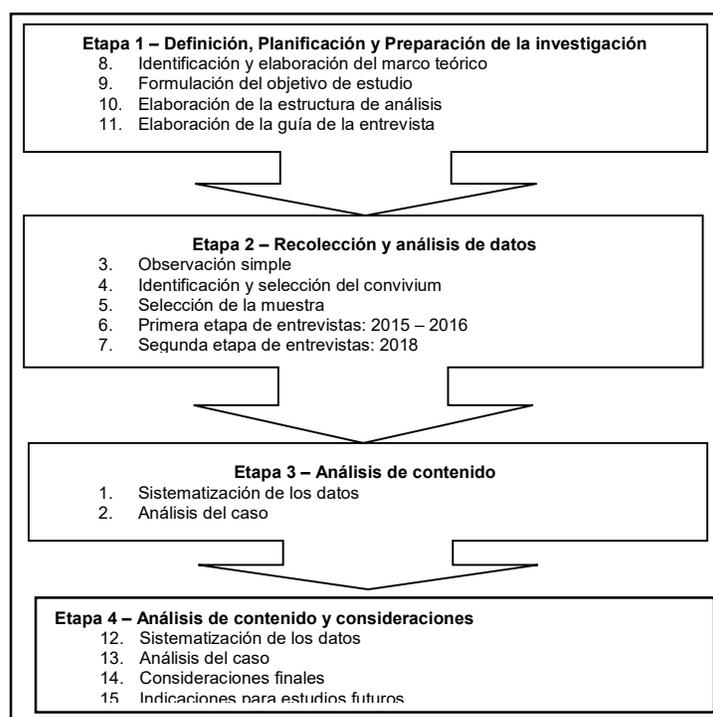
En Brasil el Slow Food actúa como un movimiento ecogastronómico, incentivando la protección de los alimentos y la materia prima, los métodos tradicionales de cultivo y la transformación de insumos, fomentando la creación de la identidad colectiva mientras valora la cultura y el patrimonio del territorio (Valduga, Maccoppi, & Minasse; 2018).

METODOLOGIA

Para realizar este estudio de caso se efectuó un relevamiento bibliográfico referente al Turismo Enogastronómico, el Short Food Supply Chain y el Slow Food. Con los indicativos encontrados en las perspectivas teóricas elegidas, se realizó la triangulación con el objetivo propuesto: analizar la relación del Slow Food con el turismo enogastronómico en la región del Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana en la Serra Gaúcha, Brasil. Para alcanzar el objetivo se realizó una investigación exploratoria y cualitativa, cuyas etapas son sistematizadas en la Figura 2.

En lo que se refiere a la etapa de preparación de la investigación hubo momentos de observación simple en eventos y reuniones del movimiento Slow Food en el Sur de Brasil. Se incluyeron seis eventos, entre reuniones y festivales desarrollados en el año 2015. La etapa de observación en la comunidad Slow Food en el Estado de Rio Grande do Sul propició la realización de un relevamiento que permitió identificar el convivium objeto de estudio. De esa forma, la selección del Convivio Primera Colonia Italiana de la Serra Gaúcha, se debió a que es el de mayor actividad y el que posee mayor número de miembros.

Figura 2: Etapas de desarrollo de la investigación



Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se seleccionó la muestra, compuesta por los participantes vinculados al convivium, y se cruzó la información obtenida por medio de las páginas web del Movimiento Slow Food y del Convivio Primera Colonia Italiana de la Serra Gaúcha con información turística de la región. Se realizaron 4 entrevistas entre diciembre de 2015 y febrero de 2016, tres a miembros del Convivium Primera Colonia Italiana de la Serra Gaúcha y una a un integrante del Movimiento Slow Food Brasil. Las mismas fueron semiestructuradas, con 12 preguntas abiertas, agendadas por teléfono y realizadas presencialmente, momento en que los participantes recibieron una nota de libre consentimiento y se les informó que la entrevista sería grabada.

En la etapa siguiente, debido al aumento del número de miembros del convivium y su importante actuación en el territorio, surgió la necesidad de ampliar la investigación. De esa forma, la recolección de datos se realizó en enero de 2018 con 3 integrantes del Convivium Primera Colonia Italiana de la Serra Gaúcha. La muestra total del estudio está compuesta por 8 entrevistados (Cuadro 1).

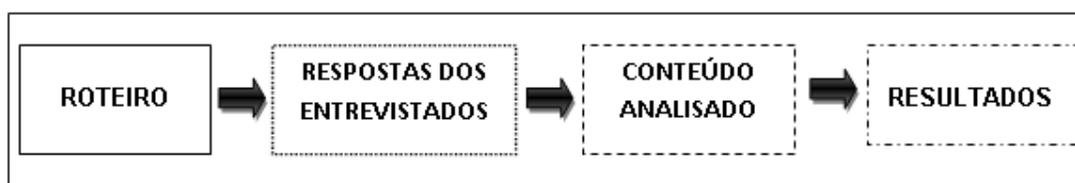
Los datos recolectados fueron transcritos para permitir un diagnóstico por medio del análisis de contenido. Para complementar la investigación se realizó una recolección de datos en la Secretaría Municipal de Turismo de Garibaldi/RS. Para el análisis de contenido se tomó como referencia a Bardin (2010) y se realizó una síntesis de los resultados de las transcripciones de las entrevistas en un cuadro. En el mismo (Figura 3) se enumeraron las preguntas semiestructuradas y las respuestas.

Cuadro 1: Especificidades de los emprendimientos investigados

Identificación	Actividad	Período de la Entrevista
E1	Miembro Slow Food Brasil	2015
E2	Agente Territorial 1	2016
E3	Restaurante 1	2016 / 2018
E4	Restaurante 2	2016
E5	Agente Territorial 2	2018
E6	Unidad de Producción Agrícola 1	2018
E7	Unidad de Producción Agrícola 2	2018
E8	Unidad de Producción Agrícola y Vinícola Artesanal	2018

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Sistematización del análisis de los datos



Fuente: Elaboración propia

Así, para cumplir la finalidad del estudio y analizar la relación del Slow Food con el turismo enogastronómico en la región del Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana en la Serra Gaúcha, Brasil, se realizó una triangulación entre el objetivo del estudio y los principales elementos identificados en los abordajes elegidos para fundar el debate.

PRESENTACIÓN Y DEBATE DE LOS RESULTADOS

Los datos de Slow Food Brasil (2018) indican que en el territorio nacional el Slow Food está formado por 65 convivios, más de 280 miembros, 183 productos en el Arca del Gusto, 19 Fortalezas y 187 Comunidades de Alimento. La distribución geográfica de los convivios puede ser observada en el Cuadro 2.

El Estado de São Paulo presenta 15 convivios Slow Food y Rio Grande do Sul presenta 8, destacándose que el Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana presenta el mayor número de miembros (100) y es el de mayor actuación de Brasil (Valduga, 2018). La región en la cual están localizados los municipios de Bento Gonçalves y Garibaldi se destaca como una localidad turística, que motiva a un creciente número de visitantes a explorar sus atractivos, productos y actividades. Los datos recolectados, compilados y divulgados por la Secretaría de Turismo de Garibaldi (2016) revelaron que en 2015 la región recibió más de 600 mil visitantes.

Cuadro 2: Distribución geográfica del convivio Slow Food por estado del territorio brasileño organizado por cantidad y participación en porcentajes

<i>Unidad federativa</i>	<i>Cantidad de convivio</i>	<i>% convivio</i>
<i>São Paulo</i>	15	23,08%
<i>Rio Grande do Sul</i>	8	12,29%
<i>Santa Catarina</i>	7	10,77%
<i>Minas Gerais</i>	6	9,23%
<i>Bahia</i>	4	6,15%
<i>Distrito Federal</i>	4	6,15%
<i>Paraná</i>	4	6,15%
<i>Amazonas</i>	3	4,62%
<i>Mato Grosso do Sul</i>	3	4,62%
<i>Rio de Janeiro</i>	3	4,62%
<i>Goiás</i>	2	3,08%
<i>Pará</i>	2	3,08%
<i>Mato Grosso</i>	1	1,54%
<i>Pernambuco</i>	1	1,54%
<i>Rio Grande do Norte</i>	1	1,54%
<i>Tocantins</i>	1	1,54%
<i>Total</i>	65	100%

Fuente: Adaptado de Slow Food Brasil (2018)

El Valle de los Viñedos es el destino turístico vinícola más importante de Brasil (Valduga, 2014) y está compuesto por los municipios de Bento Gonçalves, Garibaldi y Monte Belo do Sul. Se extiende en un área de 81.123 km², en la cual se localizan diversas rutas, itinerarios turísticos y fiestas regionales que poseen representatividad en el escenario del turismo brasileño, como la Fenachamp y la Fiesta de la Uva (Barbosa, 2015). La tradición de la región en el enoturismo unida a la gastronomía típica italiana, asociadas al segmento enogastronómico, ofrecen condiciones oportunas para el desarrollo de actividades ligadas a la filosofía del Movimiento Slow Food, como puede observarse en el siguiente testimonio.

[...] en 2001 se identificaron 100 bodegas de la región que recibían turistas [...] se desarrolló la Ruta de los Espumantes y el Camino del Sabor. La Ruta de los Espumantes comenzó en 2001 con 7 bodegas, bajó a 5 y actualmente tiene 20. Otra acción fue la implementación del Slow Food. Por intermedio de una red de contactos, inició con 5 personas y actualmente posee 50 asociados (E2, 2016).

El testimonio del entrevistado reveló que la creación del Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana se basa en el desarrollo de la actividad turística y en la articulación de los emprendedores que actúan en ella. De acuerdo con Sparks & Malady (2006) el éxito de un emprendimiento se encuentra en los recursos humanos disponibles en la región que se identifican con la actividad y el lugar, pues son su fuerza motriz. En este sentido, se destaca el testimonio de otro entrevistado, miembro del

convivio Slow Food, que relata el proceso de producción de vinos naturales (sin adición de levaduras o productos para corrección o estabilización). El vino no es filtrado e interesa a los consumidores de todo el mundo.

Producir vinos naturales es un proceso de convicción. Hoy hay cinco productores de vino natural al Sur de Brasil. Tenemos una asociación. [...] Creamos la primera Comunidad de Alimento de Vino Natural. Trajimos a estos productores a Slow Food y nos dirigimos hacia la certificación orgánica, para que todos hablen el mismo idioma (E4, 2016).

En este testimonio se observa la referencia al Slow Food como espacio creador de relaciones y proveedor de los recursos disponibles en la región. Es clara la intención de unir a los productores de la región en torno a la producción del vino natural y de la filosofía del Movimiento Slow Food. La intención de crear la Comunidad de Alimento del Vino Natural remite al propósito de valorizar el cultivo de uvas y el vino natural producido en la región.

Es oportuno destacar que el entrevistado 4 es un emprendedor local, propietario de un restaurante de la Ruta de los Espumantes. Ofrece vinos y espumantes producidos en la región que maridan con alimentos típicos de la cocina regional preparados con ingredientes orgánicos o biodinámicos cultivados en una huerta propia y con insumos provistos por los productores de la localidad. En el menú del restaurante se hace referencia a los principios del Movimiento Slow Food y el entrevistado relató: “[...] nosotros somos adeptos al Slow Food, es cómo comes, cómo vives y otras personas que piensan como nosotros nos vienen a buscar” (E4, 2016).

Según la visión de otro emprendedor, también propietario de un restaurante localizado en el Valle de los Viñedos, asociar los principios del Slow Food a su actividad “suma a la imagen del restaurante [...] No hacemos sólo Slow Food, sino desarrollo local y economía” (E3, 2016).

Al trabajar con alimentos locales consigues agregar un valor, tener mejores alimentos a menor costo. Consigues tener acceso al producto en grandes cantidades con más regularidad. Si trabajas con productos importados, hay que comprar por caja. Entonces, no es sólo lindo, sino que es un movimiento necesario. Si muchos restaurantes no hubieran hecho esto, tendrían que haber cerrado (E3, 2016).

Los testimonios de los entrevistados revelaron que la reunión de actores en el ámbito del Movimiento Slow Food contribuye al acercamiento entre emprendedores locales que desarrollan alternativas para abastecer sus establecimientos. Las dinámicas en la esfera del Slow Food remiten a las relaciones pautadas más por los aspectos cualitativos de los alimentos que por los aspectos puramente comerciales como el precio y la apariencia (Marsden *et al.*, 2000; Renting *et al.*, 2003; D'amico *et al.*, 2014).

Los datos recolectados en 2018 revelaron avances que indican la consolidación del Convivio Slow Food de la Primera Colonia Italiana. Primero el aumento del número de miembros del convivio (de 50 en 2016 a 100 en 2018). Luego, la capacidad de implementación de proyectos innovadores en la dimensión del turismo como muestran los entrevistados en el Cuadro 3.

Cuadro 3: Relatos de los entrevistados sobre la capacidad de implementación de proyectos

Entrevistado	Contenido
E6	Existe el grupo de <i>Slow Food</i> de la Primeira Colônia de Garibaldi, que son varios emprendimientos [...] volcados al cuidado del alimento [...]. Como el Entrevistado 2 era líder del convivio de <i>Slow Food</i> junto al Entrevistado 3 del restaurante 1, fundaron <i>Slow Food</i> . Una de las metas de <i>Slow</i> era crear una ruta.
E5	Surgió la idea de crear la ruta porque se creó <i>Slow Food</i> en la Primeira Colônia en 2013, y dentro de <i>Slow Food</i> se hicieron encuentros y se agruparon diversos grupos de comunidades que producen alimentos sin agrotóxicos, alimentos orgánicos.
E7	[...] Garibaldi desde <i>Slow Food</i> [...] sugirió esa visión a través del Entrevistado 2 que juntó a los productores y surgió la Ruta Vía Orgánica.
E3	[...] tenía muchos asociados a <i>Slow Food</i> que también eran orgánicos.

Fuente: Elaboración propia

Los testimonios del Cuadro 3 explican los antecedentes que resultaron en la creación de la primera ruta de turismo 100% orgánica y certificada de Brasil en 2017, la Ruta Vía Orgánica y el Convivio Slow Food de la Primera Colonia Italiana fundado en 2013. La participación de nuevos actores en la ruta orgánica contribuyó a que los emprendedores accedan a otras formas de comercialización como puntos de venta y restaurantes del resto de los miembros de la ruta, asumiendo el papel de proveedores de insumos oriundos de su producción. En este sentido, la ruta orgánica actuó como un catalizador para la construcción social de mercados a partir de que Granovetter (1985) introdujo el concepto de *embeddedness*. Éste sugiere que las relaciones entre los emprendimientos están enraizadas (embedded) en las relaciones creadas y mantenidas entre los individuos. De acuerdo con el autor, una relación es iniciada a partir de la aproximación entre dos personas y podrá transformarse en asociación o alianza de los emprendimientos.

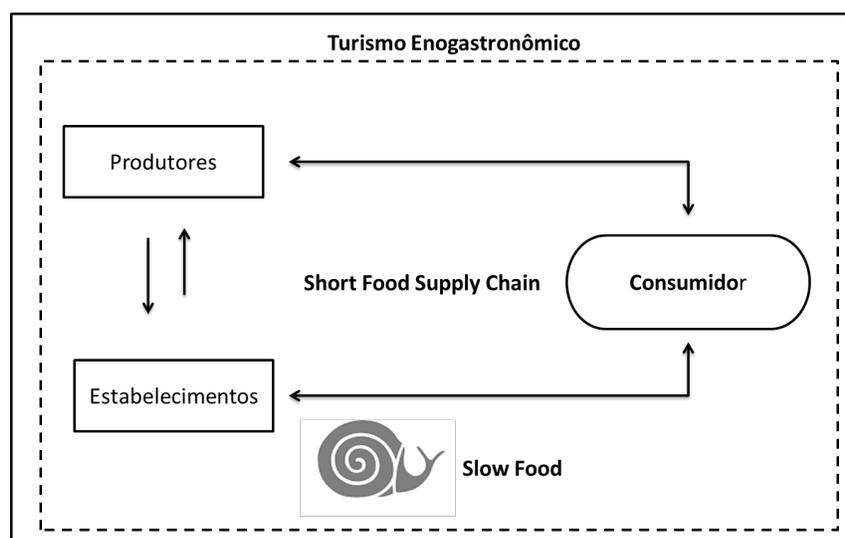
En el ámbito de la creación de mercados alternativos y de la diversificación de las relaciones entre productores y consumidores en el contexto del Slow Food, la reubicación alimentaria, en la modalidad de entrega de cestas, surge como opción de diversificación de los métodos de distribución de productos agroalimentarios (Ilbery *et al.*, 2004; Sonnino, 2013). Esa forma de distribución surgió a partir de la demanda de los consumidores que demostraron interés en consumir en sus residencias los productos comercializados en los establecimientos integrantes del Convivio Slow Food y de la Ruta Vía Orgánica, como expone el entrevistado 3.

Tenemos 20 familias, como si fueran asociados, que reciben todas las semanas... Los que no son productos nuestros son productos de la región. Yo me hago cargo de la logística distribuyendo las cestas a las familias... Ellos saben de dónde proviene y yo les digo el nombre del productor (E3, 2016; 2018).

La entrega de cestas, además de atender la demanda local de alimentos alineados con la producción de base ecológica, se presenta como una oportunidad de ocupación para la mano de obra ociosa, la venta de excedentes y la formación de sociedades entre los productores. Actualmente, el modelo de entrega de cestas puesto en práctica en la localidad reúne los esfuerzos de 10 productores que ofrecen sus excedentes a las 20 cestas que se entregan semanalmente. A partir de éstas surgió un nuevo producto, que consiste en la comercialización de una comida preparada con los mismos ingredientes utilizados en los restaurantes y elaborada en base a recetas tradicionales.

Entre las interacciones que ocurren en el horizonte representado en la Figura 4, merecen destacarse las relaciones de proximidad en el ámbito del turismo enogastronómico sobre las que influye el Movimiento Slow Food.

Figura 4: Elementos en la interacción entre Turismo Enogastronómico y Short Food Supply Chain



Fuente: Elaboración propia

En esta perspectiva, pueden observarse la valoración de las personas involucradas en el proceso, las técnicas de producción, los ingredientes y la relación de los productos con los valores tradicionales presentes en la localidad y transmitidos al consumidor (Mardsen *et al.*, 2000; Galli & Brunori, 2013).

Bajo la perspectiva de la valoración de las tradiciones regionales y de las comunidades locales, el Slow Food posee una propuesta específica, las Comunidades de Alimento. En este sentido, el trabajo del Slow Food se extiende a la preservación y promoción sustentable de alimentos típicos de la región del convivio, con acciones realizadas con grupos de pequeños productores (Slow Food Brasil, 2018). El movimiento también organiza convenciones regionales y nacionales dedicadas a la promoción de los productos alimentarios regionales con potencial para ser comercializados. Un ejemplo son los eventos organizados localmente por los convivios, como las acciones para promover

los productos orgánicos, la advertencia sobre el desperdicio de alimentos o la educación de los consumidores. Las acciones descritas a continuación fueron registradas por los entrevistados del Convivio Primera Colonia Italiana y por representantes del Slow Food al Sur del País:

“Huertas Escolares’ para trabajar la educación de los niños, consumir otras verduras y legumbres, además de lechuga y tomate. ‘La Educación del Gusto’, que buscaba despertar el paladar de niños y adultos a los sabores no sólo industrializados [...] Otro proyecto es ‘Yo soy Orgánico’, hicimos una charla y la idea es realizar otras acciones que vayan surgiendo. Como no tenemos fondos, organizamos el evento ‘Pizza en la Plaza’, en el cual vendemos pizzas orgánicas en Navidad”. (E2)

“El Convivio Porto Alegre Sul organizó tres Disco Xepas, las fiestas que organiza el Slow Food en todo el mundo. En Brasil ya hubo varias, los cocineros profesionales cocinan con los productos que se descartan en las ferias de la ciudad, lo que iría a la basura. El año pasado realizamos dos en Santana do Livramento/Rivera, donde hay un convivio de Slow Food, y una en Pelotas; y ahora realizamos la primera en Porto Alegre” (E1).

Por medio de estas actividades es posible identificar la presencia activa del Convivio en la comunidad y el rol de coproductor que asume el movimiento Slow Food. Otro punto que puede ser destacado es la gastronomía, parte importante de un destino turístico. Acercar el alimento al enoturismo también forma parte de una experiencia sensorial.

Las personas buscan un destino turístico dispuestas a involucrarse y descubrir nuevas experiencias, sea a través de los sabores, paisajes u otras experiencias culturales. *“Las personas que vienen al Valle de los Viñedos quieren probar los ingredientes de aquí [...] el rol del chef es fomentar, difundir el alimento, el producto local y el productor” (E3, 2016).*

“A nuestro menú lo llamamos experiencia porque estás en el terroir donde se produce el vino, donde cosechamos los ingredientes. Entonces, es una armonización especial, son elementos diferentes, son muchas cosas... es la sensación, la comida, el rescate de las técnicas de producción que reproducimos, es la cultura” (E3, 2016).

Los testimonios de los entrevistados demuestran que uno de los objetivos es fortalecer la producción, la gastronomía y el turismo en la región, que también es percibido en los relatos: *“Cuando vemos pequeños productores yendo hacia la agroecología, se entiende que es el momento de apoyarlos, acortando las distancias” (E2, 2016).* Así como el potencial para el turismo en el medio rural, se da la oportunidad de proveer productos a los hoteles y restaurantes de la región. Además, las visitas a las propiedades también son una forma de control social de la calidad de los productos, así como la verificación por medio de certificados, la degustación diaria y el feedback de los clientes (Galli & Brunori, 2013).

La certificación formal no se presenta como una exigencia por parte de los consumidores, visto que los aspectos cualitativos presentes en los alimentos son perceptibles. Los consumidores valoran el producto y el modo de hacer, indicando que la comercialización y el consumo de alimentos actúa como mediador de las relaciones entre productores y consumidores en un modelo de relaciones característico de una Short Food Supply Chain (Marsden *et al.*, 2000).

CONSIDERACIONES FINALES

La relación entre turismo y gastronomía, consolidada a lo largo del siglo XX, pasó a ser influenciada por factores como el paisaje local, la cultura y las tradiciones de la región que, aliados a la gastronomía, estimularon la creación de rutas turísticas y su valoración. En el caso de la región que delimitó el estudio, la Serra Gaúcha, estos componentes mostraron su importancia, especialmente cuando su armonización con la producción de vinos resulta en una construcción que se destaca, el turismo enogastronómico. Este estudio demostró la importancia de esta actividad para la integración entre productores y consumidores.

El movimiento Slow Food, el ambiente de la Serra Gaúcha y los segmentos de turismo desarrollados en la región, convergieron para crear redes de relaciones que evidenciaron el acortamiento de la cadena, caracterizándose como un Short Food Supply Chain.

Los principios del movimiento Slow Food presentes en los establecimientos son transmitidos a los consumidores como resultado del acortamiento de la cadena. Como consecuencia de esta dinámica, aparece la valoración de los productores, los productos y la cultura local, visto que el consumidor asume la posición de coproductor.

En el Convivio Slow Food Primera Colonia Italiana también se realizan acciones junto a la comunidad, contribuyendo a calificar tanto la gastronomía local, como los productos turísticos. Se percibe que el Convivio de la región contribuye significativamente y posee apoyo del poder público local, lo que fortalece e intensifica sus acciones.

En Brasil, el movimiento Slow Food asume el país como un territorio estratégico en sus acciones. En este sentido, vale debatir lo que este movimiento representa, analizar sus estrategias de acción mundiales y su evolución. Cabe al consumidor ir más allá de su atractivo slogan, “Alimentos buenos, limpios y justos”, e identificar y verificar las garantías que ofrece la diversidad del principio Slow Food.

Ante el contexto presentado, se percibe la necesidad de profundizar los estudios a partir de ese enfoque, además de acompañar a otras comunidades ya que Brasil posee una amplia biodiversidad y una gran variedad de productos regionales con potencial de explotación comercial, los cuales pueden promover otras rutas del segmento enogastronómico o del turismo gastronómico, contribuyendo a la formación de nuevas redes alternativas de comercialización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrews, G.** (2008) "The slow food story: Politics and pleasure". Pluto Press, London
- Ab Karim, S. & Chi, C. G. Q.** (2010) "Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image". *Journal of Hospitality Marketing & Management* 19(6): 531-555
- Aratuo, D. N. & Etienne, X. L.** (2019) "Industry level analysis of tourism-economic growth in the United States". *Tourism Management* 70: 333-340
- Asero, V. & Patti, S.** (2009) "From wine production to wine tourism experience: the case of Italy." *Research in Agricultural & Applied Economics* 52: 1-18
- Aubry, C. & Kebir, L.** (2013) "Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris". *Food Policy* 41: 85-93
- Barbosa, F. S.** (2015) "Turismo de eventos na Serra Gaúcha: O caso da Festa Nacional da Uva de Caxias do Sul, RS". *Rosa dos Ventos* 7(2): 257-268
- Bardin, L.** (2010) "Análise de conteúdo". Edições, 70, Lisboa
- Bittencourt, C. P. A. & Machado, D. F. C.** (2011) "Para aguçar o paladar: discussões iniciais sobre a relação entre a alimentação e o espaço social". In: Possamai, A. M. P. & Peccini, R. (Orgs.) *Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores*. EdUCS, Caxias do Sul, pp. 75-94
- Boyd, S. W.** (2015) "Reflections on slow food: From 'movement' to na emergent research field". Timothy, J. D. *Heritage cuisines: Traditions, identities and tourism*. Routledge, New York, pp. 165-178
- Brasil** (2014) "Turismo no Brasil, 2011 – 2014". Ministério do Turismo. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_ou_trosetudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf. Acesso em: 04 fev 2016
- Bruwer, J.** (2003) "South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product". *Tourism Management* 24(4): 423-435
- César, P. D. A. B.** (2016) "Itinerarios de turismo cultural en Serra Gaucha (RS-Brasil): Selección y formación de las rutas y su atractivo histórico monumento". *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 10(3): 416-434
- Charters, S. & Ali-Knight, J.** (2002) "Who is the wine tourist?" *Tourism Management* 23(3): 311-319
- Chiattonne, M. V. & Chiattonne, P. V.** (2013) "Enoturismo: atrativo e ferramenta para o desenvolvimento sustentável de regiões". *Rosa dos Ventos* 5(4): 616-634
- Chrzana, J.** (2004) "Slow food: What, why, and to where?" *Food, Culture & Society - An International Journal of Multidisciplinary Research* 7(2): 117-132
- D'amico, M.; Di Vita, G.; Chinnici, G.; Pappalardo, G. & Pecorino, B.** (2014) "Short food supply chain and locally produced wines: Factors affecting consumer behavior". *Italian Journal of Food Science* 26(3): 329-334
- De Souza, M.; Elesbão, I. & Schaidhauer, M.** (2011) "Os benefícios do turismo rural: Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves/RS". *Rosa dos Ventos* 3(2): 216-227

- Díaz-Pérez, F. M.; Bethencourt-Cejas, M. & Álvarez-González, J. A.** (2005) "The segmentation of canary island tourism markets by expenditure: implications for tourism policy". *Tourism Management* 26(6): 961-964
- Dunlap, R.** (2012) "Recriando a cultura: slow food como um movimento de educação de lazer". *World Leisure Journal* 54(1): 38-47
- Fávero, I.** (2012) "A rede do turismo em ação: o caso de Bento Gonçalves e da Região Uva e Vinho (Serra Gaúcha)". In: Beni, M. C. (org.) *Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: Desenvolvimento regional, rede de produção e clusters*. Manole, São Paulo, pp. 547-562
- Fonte, M.** (2008) "Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing". *Sociologia Ruralis* 48(3): 200-222
- Fox, R.** (2007) "Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations". *International Journal of Hospitality Management* 26(3): 546-559
- Galli, F. & Brunori, G.** (2013) "Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development". Disponible en <http://orgprints.org/28858/1/evidence-document-sfsc-cop.pdf> Acesso em: 18 de março de 2019
- Gastal, S. & Pertile, K.** (2014) "Enogastronomia e turismo no espaço rural: o Vale dos Vinhedos - RS / Brasil". In: Cristóvão, A. & Pereiro, X. (org) *Turismo rural em tempos de novas ruralidades*. UFRGS, Porto Alegre, pp. 173-193
- Getz, D. & Brown, G.** (2006) "Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis". *Tourism Management* 27(1): 146–158
- Getz, D. & Robinson, R. N. S.** (2014) "Foodies and their travel preferences". *Tourism Analysis* 19: 659–672
- Granovetter, M.** (1985) "Economic action and social structure: The problem of embeddedness". *American Journal of Sociology* 91(3): 481-510
- Grasseni, C.** (2014) "Family farmers between re-localisation and co-production." *Anthropological Notebooks* 20(3): 49-66
- Gómez, M. & Molina, A.** (2012) "Wine tourism in Spain: denomination of origin effects on brand equity". *International Journal of Tourism Research* 14(4): 353-368
- Guzmán, G. I.; López, D.; Román, L. & Alonso, A. M.** (2013) "Participatory action research in agroecology: building local organic food networks in Spain". *Agroecology and Sustainable Food Systems* 37(1): 127-146
- Hall, C. M.** (2012) "The contradictions and paradoxes of slow food: Environmental change, sustainability and the conservation of taste". In: Fullagar, S.; Markwell, K. & Wilson, E (eds.) *Slow tourism: Experiences and mobilities*. Channel View, Bristol, pp. 53-68
- Hall, C. M.; Mitchell, R. & Sharples, L.** (2003) "Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development". In. Hall, C. M.; Sharples, L.; Mitchell, R.; Macionis, N. & Cambourne, B. (Org) *Food tourism around the world*. Elsevier, Oxford, pp. 25-59
- Hendriks, B.; Dormans, S.; Lagendijk, A. & Thelwall, M.** (2017) "Understanding the geographical development of social movements: a web-link analysis of Slow Food". *Global Networks* 17(1): 47-67

- Henriques, C. & Custódio, M. J.** (2010) "Tourism and gastronomy: The valuation of Algarve". *Tourism & Management Studies* 6: 69-81
- Horng, J. S. & Tsai, C. T.** (2012) "Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore". *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 17(3): 277-300
- Ignatov, E. & Smith, S.** (2006) "Segmenting Canadian culinary tourists". *Current Issues in Tourism* 9(3): 235-255
- Ilbery, B. & Maye, D.** (2006) "Retailing local food in the Scottish-English borders: A supply chain perspective". *Geoforum* 37(3): 352-367
- Ilbery, B.; Maye, D.; Kneafsey, M.; Jenkins, T. & Walkley, C.** (2004) "Forecasting food supply chain developments in lagging rural regions: evidence from the UK." *Journal of Rural Studies* 20(3): 331-344
- Jones, P.; Shears, P.; Hillier, D.; Comfort, D. & Lowell, J.** (2003) "Return to traditional values? A case study of Slow Food". *British Food Journal* 105(4/5): 297-304
- Kivela, J.** (2006) "Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination". *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30(3): 354-377
- Kopytoff, I.** (2008) "Biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo". In: Appadurai, A. (Org.) *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Eduff, Niterói, pp. 89-121
- Laudan, R.** (2004) "Slow Food: The French Terroir strategy, and culinary modernism. An essay review of Carlos Petrini. *Slow Food: The case for taste*". *Food Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* 7(2): 133-144
- Lee, K.; Packer, J. & Scott, N.** (2015) "Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and non-members". *Tourism Management* 46: 1-10
- Londoño, L. M. del P.** (2011) "Las "tienda granja" como escenarios de promoción de la gastronomía local y sus posibilidades asociadas al turismo el caso de los "Hofläden" (Mecklenburg, Vorpommern-Alemania) y las "Agrobotiques" (Cataluña-España)". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(4): 908-928
- Long, L. M.** (2013) "Culinary tourism". In: Thompson, P. & Kaplan, D. (eds.) *Encyclopedia of food and agricultural ethics*. Springer, Dordrecht, pp. 1-8
- López-Guzmán, T. & Sánchez-Cañizares, S.** (2012) "Culinary tourism in Córdoba (Spain)". *British Food Journal* 114(2): 168-179
- Lowry, L. L. & Lee, M.** (2016) "CittaSlow, slow cities, slow food: Searching for a model for the development of slow tourism." *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally* 40: 1-14
- Marsden, T.; Banks, J. & Bristow, G.** (2000) "Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development". *Sociologia Ruralis* 40(4): 424-438
- Miele, M. & Murdoch, J.** (2002) "The practical aesthetics of traditional cuisines: slow food in Tuscany". *Sociologia Ruralis* 42(4): 312-328
- Mitchell, R.; Charters, S. & Albrecht, J. N.** (2012) "Cultural systems and the wine tourism product". *Annals of Tourism Research* 39(1): 311-335

- Myers, J.** (2012) "The logic of the gift: the possibilities and limitations of Carlo Petrini's slow food alternative". *Agriculture and Human Values* 30(3): 405–415
- Paciarotti, C. & Torregiani, F.** (2018) "Short food supply chain between micro/small farms and restaurants: an exploratory study in the Marche region". *British Food Journal* 120(8): 1722-1734
- Padilha, A. C. M.; Sá, de M. M. & Rodrigues, G. R.** (2018) "Horizontes da cooperação e intercooperação na primeira rota de turismo orgânica do Brasil." XI Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. XI Citurdes, Nicoya
- Petrini, C.** (2013) "Slow food nation: Why our food should be good, clean, and fair". Rizzoli Publications, Bra
- Povey, G.** (2011) "Gastronomy and tourism". In: Robinson, P.; Heitmann, S. & Dieke, P. (Eds.) *Research themes for tourism*. British Library, London, pp. 233-248
- Renting, H.; Marsden, T. K. & Banks, J.** (2003) "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development". *Environment and Planning A: Economy and Space* 35(3): 393-411
- Rodrigues, R. G.; Souza, M. de. & Dewes, H.** (2017) "Slow Food como uma filosofia de orientação em oportunidades de mercado: um estudo de caso no turismo enogastronômico na Serra Gaúcha – RS." In: Medeiros, R. M. V. & Lindner, M (org.) *A uva e o vinho como expressões da cultura, patrimônio e território*. Evangraf, Porto Alegre, pp. 79-102
- Sassatelli, R. & Davolio, F.** (2010) "Consumption, pleasure and politics slow food and the politico-aesthetic problematization of food." *Journal of Consumer Culture* 10(2): 202-232
- Secretaria de Turismo de Garibaldi** (2016) "Levantamento do fluxo de turistas 2002-2015". Garibaldi
- Simonetti, L.** (2012) "The ideology of Slow Food." *Journal of European Studies* 42(2): 168-189
- Slow Food Brasil** (2018) Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/>. Acesso em: 18 de março de 2019
- Slow Food International** (2012) "The Central Role of Food. Slow Food's policy strategy is outlined in this document, ratified at the Sixth Slow Food International Congress in Turin, Italy". Disponível em: <https://www.slowfood.com/about-us/key-documents/>. Acesso em 18 de março de 2019
- Slow Food International** (2015) "Slow Food Manifesto for Quality." Disponível em: <https://www.slowfood.com/about-us/key-documents/>. Acesso em 18 de março de 2019
- Sonnino, R.** (2013) "Local foodscapes: place and power in the agri-food system". *Acta Agriculturae Scandinavica* 63(sup1): 2-7
- Sparks, B. & Malady, J.** (2006) "Emerging wine tourism regions: lessons for development." In: Carlsen, J. & Charters, S. *Global wine tourism*. British Library, London, pp. 67-79
- Tanasă, L.** (2014) "Benefits of Short Food Supply Chains for the development of rural tourism in Romania as emergent country during crisis". *Agricultural Economics And Rural Development* 21(2): 181-193
- Tencati, A., & Zsolnai, L.** (2012) "Collaborative enterprise and sustainability: The case of slow food". *Journal of Business Ethics* 110(3): 345-354
- Tkaczynski, A.; Rundle-Thiele, S. R. & Beaumont, N.** (2009) "Segmentation: A tourism stakeholder view". *Tourism Management* 30(2): 169-175

- Tonini, H. & Lavandoski, J.** (2011) "Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS)". *Revista Turismo em Análise* 22(1): 25-43
- Valduga, V.; Maccoppi, G. U. & Minasse, M. H. S. G. G.** (2018) "Rede Slow Food: Considerações sobre estrutura organizacional e atuação no Brasil". *Revista Rosa dos Ventos* 10(2): 403-421
- Valduga, V.** (2014) "El enoturismo en Brasil Un análisis territorial en el Estado de Rio Grande do Sul (Brasil) desde 1870 hasta 1970". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 23(2): 278-304
- Valduga, V.** (2018) "Slow food e hospitalidade no Brasil." 3 Congresso dos Conselhos Municipais de Turismo, Garibaldi
- Vazquez De La Torre, G. M.; Morales Fernandez, E. & Perez Naranjo, L. M.** (2014) "Gastronomic tourism, protected designations of origin and rural development in Andalusia: present situation". *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles* 65: 113-137
- Weismantel, A. McF.** (2002) "Slow food". *Journal of Agricultural & Food Information* 4(4): 3-6
- Williams, H. A.; Williams Jr, R. L. & Omar, M.** (2014) "Gastro-tourism as destination branding in emerging markets". *International Journal of Leisure and Tourism Marketing* 4(1): 1-18
- World Travel & Tourism Council - WTTC** (2019) "One in five of all new jobs created globally in 2017 are attributable to Travel & Tourism, says major new research from the World Travel & Tourism Council (WTTC)". Disponível em: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2018/one-in-five-of-all-new-jobs-created-globally-in-2017-are-attributable-to-travel-and-tourism/>. Acesso: em 04 de abril de 2019

Recibido el 10 de marzo de 2019

Reenviado el 11 de abril de 2019

Aceptado el 14 de abril de 2019

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués