

RELAÇÃO ENTRE CULTURA E ALIMENTAÇÃO ENQUANTO RECURSO TURÍSTICO NO RIO GRANDE DO SUL: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

Andressa Victoria Brayer de Aguiar
Universidade Federal do Rio Grande - FURG
abrayer@outlook.com
<https://orcid.org/0000-0002-7463-6541>

Mayara Roberta Martins
Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Campus Santa Vitoria do Palmar
mayara.martinsfurg@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3885-0281>

Sandra Dalila Corbari
Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG
corbarisandra31@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-5064-9826>

Resumo

Para explorar a relação entre cultura e alimentação de forma mais pontual, buscou-se verificar a convergência entre a produção científica e a utilidade prática dessa relação por municípios dentro de um recorte geográfico específico, através do emprego e análise de categorias analíticas e socioantropológicas que fossem aptas à interpretação por meio da conceituação teórica, seguindo o método de revisão integrativa e as etapas indicadas em publicações específicas. Os resultados obtidos neste trabalho indicam que a convergência entre a produção científica e o que os municípios vêm promovendo acerca da relação dessas categorias é aparentemente baixa, no entanto contribuem para o aprofundamento das discussões e estudos acerca da temática.

Palavras-Chave: Patrimônio; Gastronomia; Turismo; Rio Grande do Sul; Mercantilização

Artigo recebido em: 12 de janeiro de 2022

Artigo aceito em: 31 de maio de 2022



Abstract

To explore the relationship between culture and food in a more specific way, we sought to verify the convergence between the scientific production and the practical utility of this relationship by municipalities within a specific geographical area, through the use and analysis of analytical and socio-anthropological categories that were suitable for interpretation through theoretical conceptualization, following the integrative review method and the steps indicated in specific publications. The results obtained in this work indicate that the convergence between the scientific production and what the municipalities have been promoting about the relationship between these categories is apparently low; however, they contribute to the deepening of the discussions and studies about the theme.

Keywords: Heritage; Gastronomy; Tourism; Rio Grande do Sul; Mercantilization.

Resumen

Para explorar la relación entre cultura y alimentación de manera más específica, se buscó verificar la convergencia entre la producción científica y la utilidad práctica de esta relación por parte de los municipios de un área geográfica específica, mediante el uso y análisis de categorías analíticas y socio antropológicas que se adecuen a la interpretación a través de la conceptualización teórica, siguiendo el método de revisión integradora y los pasos indicados en publicaciones específicas. Los resultados obtenidos en este trabajo indican que la convergencia entre la producción científica y lo que los municipios vienen promoviendo sobre la relación entre estas categorías es aparentemente baja; sin embargo, contribuyen a la profundización de las discusiones y estudios sobre el tema.

Palabras Clave: Patrimonio; Gastronomía; Turismo; Rio Grande do Sul; Mercantilización.



Introdução

A alimentação pode ser compreendida como elemento decisivo e comunicador da identidade, principalmente ao se reconhecer seu caráter indissociável da cultura (MONTANARI, 2008). Ela é entendida enquanto a soma dos conhecimentos acumulados ao longo da história e que são transmitidos socialmente, integrando diversidades e particularidades sem desaparecer (BRETTAS, 2019). A alimentação é apresentada pela culinária, um conjunto de associações e regras definidas por uma cultura, que estabelece combinações dos elementos, práticas e representações atreladas aos alimentos (BRETTAS, 2019) e pela gastronomia, entendida por Brettas (2019) como a associação entre o discurso e a prática que se estabelece em torno da culinária, com o propósito de potencializar sabores e outros prazeres sensoriais. A culinária, por meio da gastronomia, torna-se um forte atrativo na arena turística (PAIVA; TRICÁRIO; TOMELIN, 2019) e, sob a perspectiva da mercantilização das tradições e da cultura-identitária (DALMORO; NIQUE, 2017), se configura como estratégia de promoção do turismo.

Desse modo, o presente artigo teve como objetivo identificar a correlação entre as produções científicas sobre turismo, alimentação e a oferta existente em municípios do Rio Grande do Sul, tendo como base categorias socioantropológicas ligadas à cultura e à memória social. Para isso, foram correlacionados dados obtidos em um levantamento bibliográfico no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), com o enfoque nos temas de alimentação e cultura, além do recorte regional direcionado à coleta de informações extraídas das páginas oficiais das prefeituras sul-rio-grandenses, principalmente no que tange às ações e atividades desenvolvidas acerca dessas duas temáticas relacionadas.

Para esmiuçar essa relação de forma mais pontual, foram elencadas categorias analíticas, conforme sugestão de Carvalho, Luz e Prado (2011), voltadas à alimentação e à cultura, a partir de concepções do senso comum, que fossem aptas a interpretação por meio da conceituação teórica. Assim sendo, se estabeleceu um paralelo entre o conceito de cultura com os conceitos de culinária e gastronomia, o primeiro enquanto cozinha pautada na tradição e no conservadorismo, e o segundo sob o preceito de se obter o máximo de satisfação a partir dos alimentos, buscando a excelência da cozinha (BRETTAS, 2019).



Alimentação e cultura

O alimento é uma necessidade básica para os seres humanos, portanto, possui um sentido fisiológico da comida. Não obstante, a comida pode desempenhar um papel mais amplo do que a manutenção física: a manutenção cultural. Na perspectiva do alimento como cultura (LIMA; FERREIRA NETO; FARIAS, 2015) e “abandonando a perspectiva da mera necessidade fisiológica, é necessário pensar a alimentação como uma manifestação cultural e também uma forma de expressão humana” (GIMENES, 2009, p. 10).

Conforme destaca Gimenes (2009), as escolhas sobre o que se come não se fundam apenas em perspectivas objetivas - ou seja, o que é comestível, o que se pode plantar, criar ou adquirir em determinada época -, mas também em aspectos subjetivos. A diferença entre “alimento” e “comida” ocorre pela atribuição de *status* simbólico dado ao primeiro (LIMA; FERREIRA NETO; FARIAS, 2015). Esses aspectos subjetivos dizem respeito ao sistema cultural no qual um determinado alimento está inserido. Assim, os grupos sociais tendem a compartilhar os “gostos” e suas decisões alimentares (GIMENES, 2009). O órgão do gosto, como diria Montanari (2004), não é a língua, mas o cérebro, um órgão culturalmente determinado.

Para Paiva *et al.* (2019), o sistema alimentar tem caráter simbólico capaz de revelar a cultura, costumes, história, modos de vida, crenças, tabus, entre outros. Aceitando a premissa de que todos os processos que o envolvem são culturais (MONTANARI, 2008), o sistema alimentar se constitui como depositário de tradições e identidades (BRETTAS, 2019), desde o processo de preparação à degustação de determinada iguaria ou prato (GIMENES, 2009).

Brettas (2019) delinea o conceito de culinária como um conjunto de associações e regras definidas por uma cultura, que estabelece as combinações dos elementos e de um grupo de práticas e representações relacionadas com a produção, a coleta, o preparo e seus significados até o consumo dos alimentos, compreendendo a ideia do sistema alimentar. Enquanto a gastronomia é a associação entre o discurso e a prática que se estabelece em torno deste objeto - a culinária -, com o propósito de potencializar sabores e outros prazeres sensoriais que se organizam em torno da mesa (BRETTAS, 2019).

Deste modo, uma tradição gastronômica pode ser objeto de consumo de fato (consumo do alimento em si, de suas características físico-químicas e dos sabores gerados a partir da interação de seus ingredientes e técnicas de preparo) ou de consumo simbólico (quando for apreciada por conta de valores socialmente



atribuídos ou das relações que podem ser experimentadas por meio deste prato), mas se mantém como tradição culinária por se tratar de uma iguaria que é degustada e preparada por gerações e que possui um vínculo com um contexto cultural maior (GIMENES, 2009, p. 19).

No entanto, vale pontuar que a sociedade contemporânea vive sob a égide da globalização, que inclui também a cultura (SOUZA, 2005) e gera uma tendência à homogeneidade dos gostos e sabores (SOUZA, 2005; BAHL; GIMENES; BARTOSZECK, 2011; GIMENES-MINASSE, 2013; BRETTAS, 2019), ou, o que Poulain (2004, p. 41) chama de “manipulação dos gostos e dos desejos”. Sobre o processo de globalização e homogeneidade, Hall (2015) aponta três possíveis consequências sobre as identidades: a desintegração, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do pós-moderno global; o reforço pela resistência; ou o declínio, com o surgimento de identidades híbridas.

Em outras palavras, pode-se exercer a valorização das culturas e suas especificidades enquanto diferenciais para o mercado, perpetuando determinadas tradições por meio de um processo de ressignificação, objetivando o reconhecimento por meio da promoção dos diferenciais (SOUZA, 2005). Paradoxalmente, esse movimento gerou movimentos de resistência (GIMENES-MINASSE, 2013), pautando, assim, as culturas alimentares locais como lugares de resistência identitária (POULAIN, 2004). Evidenciam-se movimentos de valorização dessas culturas, por parte dos consumidores, que buscam alimentos mais saudáveis e tidos como mais “autênticos” (BAHL; GIMENES; BARTOSZECK, 2011). Ou seja, as demandas dos consumidores por alimentos percebidos como “tradicionais” e “locais” também podem ser vistas como vinculadas a uma busca por autenticidade (SIMS, 2009) – embora, a autenticidade precise ser vista como algo construído socialmente e negociado entre os atores sociais e agentes envolvidos no processo (ZHOU *et al.*, 2015; CORBARI; SOUZA, 2020) – neste caso, de mercantilização alimentar.

Nesse contexto, os hábitos alimentares são suscetíveis às mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, dado o fato que “são construídas no mesmo bojo cultural que orienta as demais práticas e disposições do grupo social” (GIMENEZ, 2009, p. 11). Montanari (2004, p. 114) complementa que “os modelos e as práticas alimentícias são o ponto de encontro entre culturas diferentes, fruto da circulação de homens, mercadorias, técnicas e gostos de uma parte a outra do mundo”¹. Em consonância, Poulain (2004) ressalta que, se a mundialização nivela certas diferenças alimentares, ela implica, ao mesmo tempo, novas diferenciações, resultando formas originais de apropriação de produtos ou de técnicas.

¹ Tradução nossa.



É nesse bojo que os pratos típicos ganham expressividade. Por representarem identidades e cozinhas regionais, acabam se tornando representação de determinados grupos sociais (GIMENES, 2009). Assim, segundo Gimenes (2009), uma determinada iguaria pode estar inserida em um processo de reconhecimento sustentado pelo grupo no qual é consumida e, concomitantemente, reconhecida pelos outros como tal. A autora complementa que, no setor do turismo, essa diferenciação é utilizada como um elemento de atração turística e, também, como vantagem competitiva frente a outros destinos turísticos. Ou seja, a alimentação é mercantilizada e turistificada.

No cenário de acelerada globalização, emergem os processos de mercantilização da cultura que, embora possa ser analisada como algo negativo, também é o modo que a tradição encontra, em determinados contextos culturais, formas alternativas de preservação (DALMORO; NIQUE, 2017) e exercendo a valorização das especificidades culturais, enquanto diferenciais.

Turismo e mercantilização da alimentação

Conforme apontam Paiva *et al.* (2019), é conhecida a diversidade dos patrimônios culinários e criações gastronômicas existentes no Brasil, mas nem todos são utilizados no turismo, eles ressaltam ainda a necessidade de apropriar-nos de nossos recursos, valorizá-los e, então, difundirlos.

Cada vez mais, a importância do desenvolvimento do turismo gastronômico tem sido identificada na literatura científica, visto que tem sido considerado um grande benefício econômico para os destinos. Consequentemente, a oferta de especialidades alimentares locais ou regionais passou a ser reconhecida como um nicho de crescimento significativo, proporcionando experiências consideradas “autênticas”, “memoráveis” e “exóticas”, pelas quais os consumidores estão dispostos a pagar mais (POULAIN, 2004; HSU, 2014). Poulain (2004, p. 36) destaca ainda que:

nos discursos espontâneos dos consumidores, mas também com frequência dos atores da produção de refeições ou do turismo, a terra e as cozinhas locais são colocadas como um “universo tradicional”, no sentido original do termo. Ou seja: “estável”, fundado numa tradição imutável em oposição às transformações e aos ciclos dos modos da economia de mercado, e “autêntica” em oposição ao “artificial” dos meios urbanizados [...].



Nesse contexto, o turismo cultural pode ser considerado uma forma de exploração turística, ou de mercantilização da cultura pelo turismo, congregando uma diversidade de atividades relacionadas aos diferentes aspectos culturais, incluindo a alimentação (PEREZ, 2009). Embora Perez (2009) destaque que “não pode existir turismo sem cultura [...]”, pois o turismo é uma expressão cultural”. Assim, as particularidades locais, a culinária e as tradições podem ser transformadas em elementos para o consumo, se adaptadas para atender uma demanda crescente de novas atrações e cenários.

A alimentação pode figurar no contexto turístico de duas formas: a primeira é pelo fato de que todos os viajantes precisam se alimentar em algum momento. Mas aqui a alimentação pode ser vista pelo cunho fisiológico. A outra forma é pelo que se denomina turismo gastronômico, por meio do qual ocorre a incorporação dos sistemas alimentares locais às experiências turísticas, para apreciação e consumo dos recursos culinários locais (HSU, 2014). Sobre isso, Gimenes (2009) pontua que, sendo a alimentação – portanto, a gastronomia – indispensável para a permanência dos visitantes, ela pode agregar valor aos serviços turísticos.

A valorização de produtos regionais, aplicada ao mercado turístico, pode fundamentar e contribuir para a valorização da identidade e manutenção das tradições culturais. E, de acordo com Paiva *et al.* (2019, p. 287), “para o turista, esta autenticidade tem uma importância significativa, visto que objetiva vivenciar uma experiência real em cultura diferente da sua, e isto inclui as comidas locais que conhecerão e experimentarão em seus destinos”. Baseado nisso, tem-se na culinária e na gastronomia uma alternativa ao desenvolvimento do turismo local como recurso turístico válido na promoção das cidades e na captação de turistas (PAIVA *et al.*, 2019; BRETTAS, 2019). Assim, a gastronomia local tem assumido uma importância cada vez maior na diferenciação e promoção de destinos turísticos (HSU, 2014).

Um dos principais recursos utilizados pelos gestores e *trade* turístico é a instituição e a promoção de um ou mais pratos típicos. Gimenes (2009, p. 17) destaca que “dentro do contexto da gastronomia regional nota-se que algumas iguarias terminam por se destacar e, marcadas por determinadas especificidades [...] que sobrevivem ao passar dos tempos, são adaptadas e ressignificadas, mas mantêm uma essência identitária passível de ser reconhecida”. Portanto, os chamados pratos típicos se ligam à história e ao contexto cultural de determinado grupo social, constituindo uma tradição que se torna símbolo de sua identidade.



Relação entre a alimentação e cultura no Rio Grande do Sul

A identidade “gaúcha” é fruto da miscigenação entre os indígenas – em especial dos povos Guarani, com os colonizadores europeus (SOUZA, 2005). Desse modo, o estado do Rio Grande do Sul conta com uma grande diversidade étnica e cultural e com a organização da colonização europeia no sul do Brasil, cada qual com elementos distintivos próprios que derivam de uma situação histórica. Cada núcleo colonizador cultuava as tradições de seu local de origem e essa diversidade determinou a coexistência de padrões identitários diferenciados, como o do gaúcho, do colono alemão e do colono italiano. Zaneti *et al.* (2016) apontaram também a incidência de descendentes africanos e de outros países da Europa, das etnias indígenas Pampeano e Kaingang, entre outros.

No que diz respeito às contribuições étnicas para a cultura alimentar regional, citam-se alguns exemplos, como a utilização da mandioca e seus derivados, o consumo do chimarrão e o modo de se assar o churrasco, todos provenientes da cultura indígena. O churrasco tradicional de carne bovina, por exemplo, é fruto da mistura que se estabeleceu com a criação de gado instituída pelos espanhóis, com técnicas de preparo indígena (SOUZA, 2005; ZANETI *et al.*, 2016).

Ceretta (2012) também aponta que, além do churrasco e do chimarrão, oriundos da cultura Guarani, a culinária do Rio Grande do Sul tem influência de etnias africanas e europeias, podendo ser organizada da seguinte forma: i) Noroeste: os Guarani deixaram a herança de saborear diariamente o chimarrão e o churrasco; ii) Sul: os portugueses deixaram a herança das charqueadas e dos doces; iii) Região dos Pampas: presença de alimentos “típicos do gaúcho”, como o churrasco de costela, o cupim e o pernil de ovelha e o arroz de carreteiro; iv) Centro e Serra Gaúcha: os imigrantes italianos e alemães deixaram como herança a polenta, massas, pães, queijos, salame e doces. Já Pinto *et al.* (2017) mencionam que, no estudo da cozinha gaúcha ponderam-se as seguintes particularidades regionais: i) Praiana, à base de iguarias do mar; ii) Cozinha da Campanha e Missões, com predomínio das carnes *vacum* e ovina; iii) Região dos Campos de Cima da Serra, onde há presença forte do pinhão e do café com *graspa*.

Essa historicidade marcada pelos movimentos migratórios dentro do estado do Rio Grande do Sul resultou não só em um cenário multicultural, mas também numa diversidade gastronômica pautada no saber tradicional, no hibridismo cultural e na adaptação. A convergência de etnias “configuraram não só um cenário social multicultural, mas também, um caldeirão gastronômico pautado no saber tradicional dos diferentes povos, no hibridismo cultural e na adaptação da alimentação ao dado contexto histórico” (ZANETI *et al.*, 2016, p. 33). Dito isso, a identidade



gauchesca prevalece no que diz respeito ao identitário, cujas tradições são cultuadas em paralelo às coloniais (SOUZA, 2005). E essa identidade é utilizada como recurso turístico, sendo o caso mais emblemático a Região Turística Uva e Vinho, comercializada na arena turística nacional com esse nome por suas características socioeconômicas e culturais (VALDUGA, 2011).

Metodologia

A presente pesquisa tem caráter exploratório e natureza básica, objetivando gerar conhecimentos para o avanço e utilidade do turismo, enquanto campo científico, mas sem aplicação prática prevista (SILVA; MENEZES, 2001). Para coleta e análise dos dados, foi adotada uma abordagem qualitativa, a fim de correlacionar os dados obtidos por meio do emprego do método de revisão integrativa, baseada nas publicações de Souza e Silva (2010) e Ercole, Melo e Alcoforado (2014). Esses autores compreendem a aplicação do método em seis etapas distintas, sendo: i) identificação do tema e seleção da hipótese ou questão de pesquisa; ii) estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão de estudos/amostragem ou busca na literatura; iii) definição das informações a serem extraídas dos estudos selecionados/categorização dos estudos; iv) avaliação dos estudos incluídos; v) interpretação dos resultados; e vi) apresentação da revisão/síntese do conhecimento, que aqui foram adaptadas e aplicadas à área do turismo.

Deste modo, a finalidade da revisão, em um primeiro momento, foi realizar um levantamento da produção científica e acadêmica nacional publicada acerca dos temas como cultura e alimentação, ou que relacione o tema em algum momento dentro da construção de um trabalho sobre outra temática, independentemente de estar ou não alocada dentro da área específica do Turismo. Em um segundo momento, objetivou-se correlacionar, por meio de uma análise empírica, os dados obtidos através da coleta de publicações, com a aplicação prática das informações em páginas *web* de órgãos municipais. E, a partir daí, estabelecer um diálogo crítico sobre o que e quanto vem se pesquisando no que tange à temática, se esse conhecimento teórico está sendo aproveitado e de que forma se tem feito a aplicação dele.

A coleta dos artigos foi realizada no mês julho de 2021, por meio do Portal de Periódicos CAPES², por ser uma base de dados importante e que congrega um número expressivo de publicações. Nessa base de dados foi realizada a busca avançada por termos combinados: “culinária” e “Rio Grande do Sul” e “Gastronomia” e “Rio Grande do Sul”, em um recorte temporal

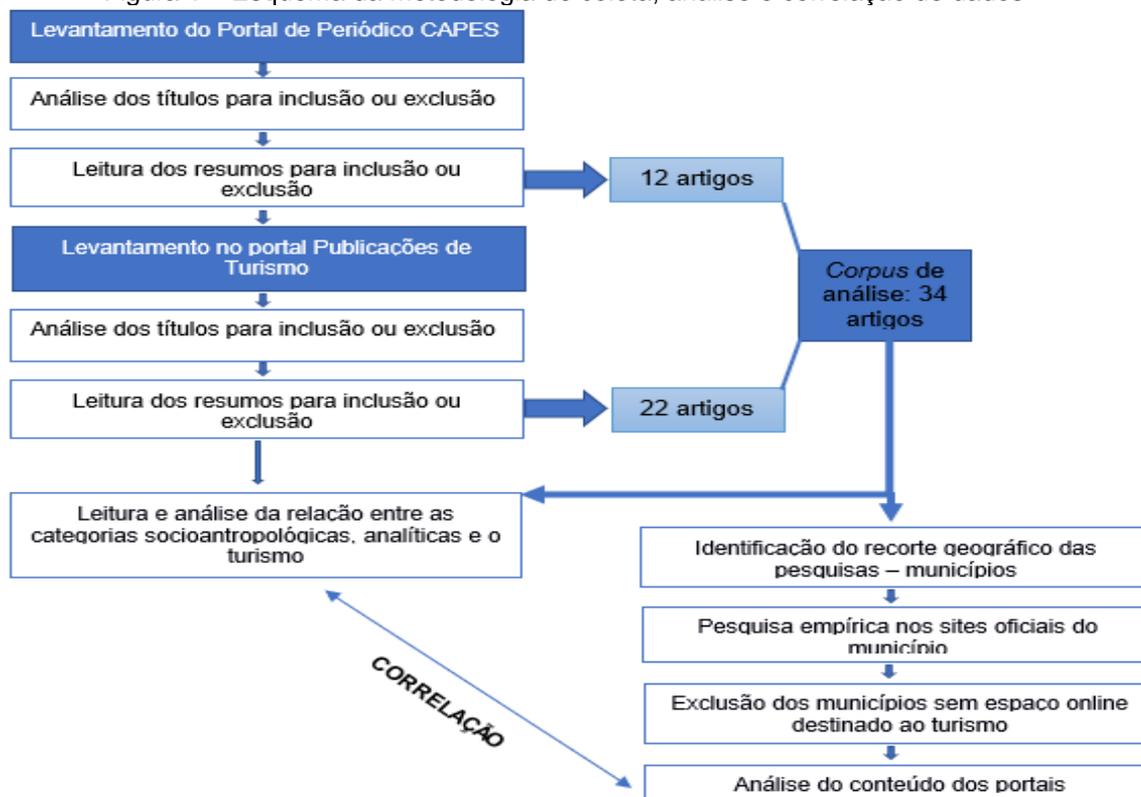
² www.periodicos.capes.gov.br



de 20 anos, em qualquer idioma. Após a geração dos dados pelo buscador, foram analisados os títulos dos artigos, sendo excluídos aqueles que não se enquadraram no escopo da pesquisa. Na sequência, foi realizada a leitura dos resumos de cada produção, novamente excluindo os que não tinham relação com a temática exposta. Essa busca resultou em 12 artigos.

Frente ao baixo número de artigos, foi realizado um levantamento adicional, na base Publicações de Turismo³. Essa base foi selecionada por ser um banco de dados composto por informações dos artigos publicados em mais de 40 periódicos científicos ibero-americanos da área do turismo e correlatas, portanto, é um banco de dados de grande relevância para os estudos da área. A busca nesse banco foi realizada apenas por meio do termo “Rio Grande do Sul”, em qualquer campo, considerando o mesmo recorte temporal das publicações retiradas da primeira base de dados. Após a geração dos dados pelo buscador, foram analisados os títulos dos artigos para verificar o enquadramento no escopo da pesquisa. Essa busca e seleção resultaram em 22 artigos. Destarte, o corpus de análise da amostra final de artigos aptos à tabulação foi composto por 34 artigos científicos.

Figura 1 – Esquema da metodologia de coleta, análise e correlação de dados



Fonte: Elaboração própria

³ <http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/>



O emprego genérico dos termos produziu uma quantidade expressiva de resultados, de modo que a relevância de cada artigo teve que ser analisada de forma individual, excluindo aqueles que não apresentavam relação com a temática. Como critério de classificação foram considerados aptos somente os trabalhos que apresentavam relação textual entre uma categoria socioantropológica (cultura, tradição, identidade, memória, patrimônio, história) e uma categoria analítica (culinária, gastronomia, alimentação, prato) aplicada a um recorte geográfico específico. A definição das informações a serem extraídas dos trabalhos selecionados considerou as possibilidades identificadas durante a coleta e análise de aptidão e relevância, desse modo buscou-se identificar em cada artigo as seguintes categorias: recorte geográfico (município de objeto); categoria socioantropológica (tradição, história, identidade, entre outros); e categoria analítica (culinária, gastronomia, alimentação, entre outros).

Resultados e discussão

Análise dos artigos científicos

Alguns artigos trazem a correlação das práticas alimentares mercantilizadas para o turismo com a cultura. Essa correlação se apresenta pelos eventos gastronômicos e pelos espaços turísticos específicos (SPINDLER; SANTOS, 2013), assim como pela oferta gastronômica dos restaurantes, pela produção agrícola e pecuária (LINDNER, RODRIGUES; SOUZA, 2012; SPINDLER; SANTOS, 2013) e, também, pela paisagem cultural (COSTA, 2010).

Há diversos estudos que analisam ou fazem menção às festividades, em especial, aos eventos gastronômicos, como meios de difusão e expressão de uma cultura alimentar específica. Exemplo disso são a Festa Nacional do Vinho, em Bento Gonçalves; a Festa do Mar, em Rio Grande; a *Suinofest*, em Encantado; Feira Nacional do Doce, em Pelotas; Feira Nacional do Chimarrão, em Venâncio Aires; a Festa da Uva, em Caxias do Sul; o Polentaço, em Monte Belo do Sul; a *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul; o Festival do Bacalhau, em Pelotas, entre outros (CERETTA; 2012; CERETTA; HERES, 2012; PERTILE; FILIPPON; KUNZ, 2013; MARCOLIM; CÉSAR, 2017; FIUZA; ZUCCO; KRAUS, 2019; SPINDLER *et al.*, 2021).

Há os eventos que foram criados justamente para cultivar, promover e valorizar as tradições, como é o caso da *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul, e acabam impulsionando o turismo (CERETTA; HERES, 2012). Sobre isso, Ceretta (2012, p. 90) ressalta que a gastronomia representada em festas e eventos regionais comemorativos,



poderá ser uma alternativa de interesse turístico, uma vez que nestes encontros as manifestações culturais estão à disposição do público para consumo. Nesse sentido, a arte de cozinhar passa a identificar a cozinha regional, de valor cultural, de valor gastronômico [...]. É o caso de muitos municípios do Rio Grande do Sul, onde as práticas dos eventos gastronômicos são evidenciadas na identidade culinária das regiões onde acontecem.

Além da presença da alimentação nos eventos, alguns autores analisaram a existência de pratos tradicionais (ASHTON; MULLER, 2013; SCOLOSKI; CARDOSO, 2019). Ou seja, a alimentação cotidiana dos residentes é influenciada por elementos culturais e que, por vezes, é ofertada para a comercialização em empreendimentos, como restaurantes (FIGUEIREDO, 2009; PINTO; MAURER, 2014; PINTO *et al.*, 2017), roteiros e rotas, como pode ser visto em Lindner, Rodrigues e Souza (2012), Spindler e Santos (2013), César (2016), Paula, Stein e Mecca (2016), Barbosa *et al.* (2017) e Brambatti (2019). Em relação a essas rotas e roteiros, assim como em atrativos e equipamentos, verificou-se também a expressividade da zona rural e das atividades produtivas características dessas áreas, como a agricultura, a fruticultura e a pecuária, cujas heranças culturais marcam a culinária de vários dos municípios analisados, como exemplificam Lindner, Rodrigues e Souza (2012) e Paula, Stein e Mecca (2016).

Outro aspecto verificado nos estudos é a presença de um hibridismo cultural. Ou seja, mesmo que haja uma base cultural específica, há influências de outras culturas e técnicas agrícolas para plantio, colheita e beneficiamento (FIGUEIREDO, 2009; SOCOLOSKI; CARDOSO, 2020). No município de Áurea, com forte presença cultural dos imigrantes poloneses, a culinária “se caracteriza também pela sua mutabilidade e adesão de novos ingredientes provenientes do Brasil, tais como a erva-mate, o churrasco e demais hábitos e tradições gastronômicas incorporadas principalmente a partir da influência de indígenas e gaúchos” (SOCOLOSKI; CARDOSO, 2020, p. 208). Esses elementos evidenciam uma herança cultural (RIBEIRO, 2017; SOCOLOSKI; CARDOSO, 2020), embora hibridizada, que conforma uma identidade territorial (GABARDO; VALDUGA, 2019), expressa na gastronomia. Por exemplo, na Serra Gaúcha,

devido à grande influência dos aspectos culturais e da memória coletiva dos descendentes de imigrantes italianos, criou-se uma identidade que está diretamente associada à produção e comercialização de vinhos, envolvendo diferentes tradições e manifestações em torno da vitivinicultura. Recentemente, esta identidade local vem sendo apropriada pelo turismo que utiliza a cultura como forma de atrativo (LAVANDOSKI; TONINI; BARRETTO, 2012, p. 217).



Por meio da mercantilização, as práticas alimentares “reclassificadas como atrativos culturais retornam ao cotidiano das famílias com uma nova perspectiva” (SPINDLER; SANTOS, 2013). As práticas alimentares tornaram-se bens simbólicos das regiões onde se encontram. Retomando o exemplo da Serra Gaúcha, Costa (2010, p. 121) relata que naquela região

a importância do cultivo da uva e a fabricação do vinho não se limita à esfera econômica. Não apenas as mudas de vinhas simbolizaram um vínculo transoceânico estabelecido com a Itália por ocasião da emigração para o Brasil, como ainda uma manifestação cultural que, apesar das adaptações graduais às características do território, foi possível cultivar na nova pátria, consolidando-se como um bem simbólico em um processo de reterritorialização dos imigrantes italianos na Serra Gaúcha.

Assim, destaca-se o “território” como uma categoria presente nas análises. Sem falar em território, não é possível falar de cultura, uma vez que, assim como expresso por Milton Santos (1999), o território é o chão mais a identidade. No caso da alimentação, a territorialidade de certos povos promoveu práticas alimentares que, por vezes, foram ressignificadas, como os dos imigrantes europeus. Nesse sentido, também devem ser expressas as características naturais dos locais onde essas práticas surgiram. Ou seja, também não é possível falar de cultura alimentar sem falar nos aspectos naturais de determinada localidade e de como a natureza foi manejada por esses povos para dar origem aos pratos e alimentos mercantilizados pelo turismo.

A alimentação, mercantilizada pelo turismo, por sua vez, parece reforçar a identidade de um território, ou seja, reafirma “o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence” (SANTOS, 1999, p. 8). De fato, a questão do território como reafirmado por Santos (1999) exprime uma cultura por meio do gosto, da cozinha, dos produtos e receitas apreciados por uma determinada localidade.

Quanto maior o conhecimento sobre o território, dos ambientes e recursos locais, maior será a diversidade cultural alimentar, mesclada historicamente e diferenciadas por características especiais atribuídas aos territórios e a seus atores sociais (MONTANARI, 2004).

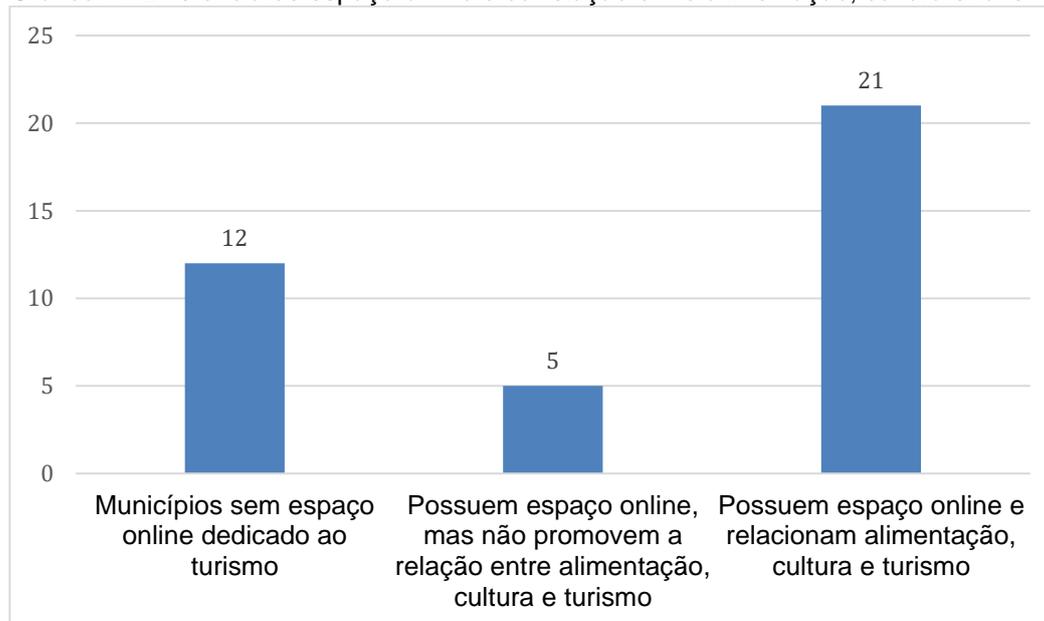
De modo geral, consideraram-se as noções de global e local, que podem coexistir, criando e introduzindo novos hábitos de consumo. Portanto, as identidades são mutáveis e múltiplas, já que um hábito cultural dito como mundial, não impede de vivenciar e reafirmar as expressões alimentares locais, principalmente por meio do consumo pelas experiências turísticas.



Correlação entre produção científica e dados oficiais das prefeituras

Diante dos *corpus* de análise, verificou-se que doze municípios listados na pesquisa bibliográfica não possuíam, até o momento da análise, um tipo de espaço de busca *Online* para o turismo, como página exclusiva ou dentro dos sites oficiais das prefeituras municipais⁴, portanto, foram excluídas do *corpus* de análise. Assim, foi possível a extração de dados nas páginas oficiais de 26 dos municípios citados nas publicações. Desses, cinco⁵ não promoviam a relação entre alimentação e cultura em suas páginas oficiais na época da pesquisa (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Existência de espaço *online* e correlação entre alimentação, cultura e turismo



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa

Em relação aos municípios analisados, apresenta-se o quadro 1 que sintetiza a correlação realizada entre as categorias antropológicas e a análise empírica.

⁴ Novo Hamburgo, Monte Belo do Sul, Agudo, Faxinal do Soturno, Ivorá, Áurea, Caxias do Sul, Vila Flores, Sant'ana do Livramento, Itaqui e Bagé.

⁵ São Borja, Pedras Altas, São Francisco de Paula, São Lourenço do Sul e Pinto Bandeira.



Quadro 1 - Correlação das categorias antropológicas e a análise empírica

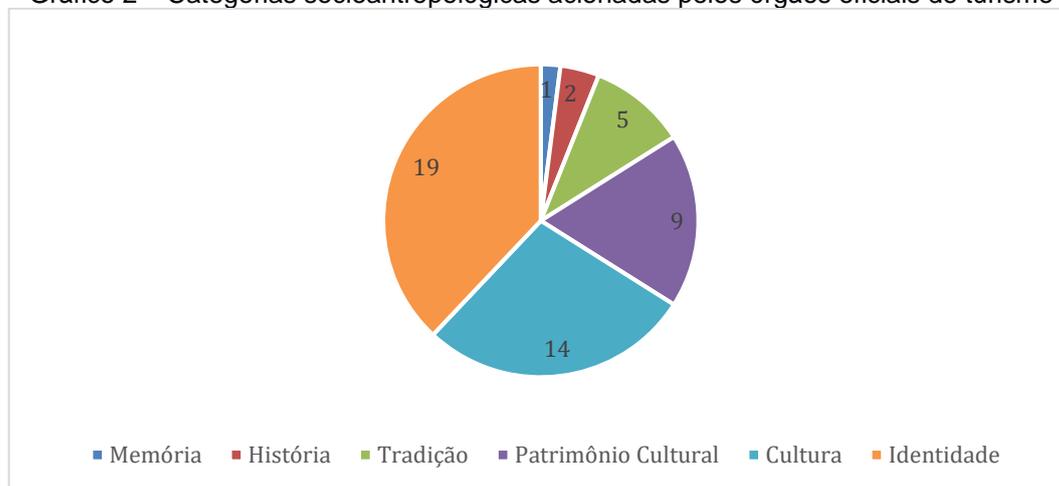
	Município	Categoria socioantropológica	Análise Empírica (páginas oficiais)
1	Pelotas	Cultura; Tradição; Identidade; Patrimônio Cultural.	Relaciona cultura e tradição, gastronomia e saber-fazer. Faz uso dessa relação como recurso turístico.
2	Dona Francisca	Identidade; Patrimônio Cultural.	Promove aspectos da colonização, mas não relaciona diretamente à alimentação.
3	Nova Palma	Identidade; Patrimônio Cultural.	Faz referências à cultura italiana, mas não relaciona à alimentação.
4	Pinhal Grande	Identidade; Patrimônio Cultural.	Faz menção ao movimento tradicionalista e aos jesuítas, mas não relaciona à alimentação.
5	Restinga Seca	Identidade; Patrimônio Cultural.	Faz uso da terminologia “gastronomia” para divulgar restaurantes locais.
6	São João do Polêsine	Identidade; Patrimônio Cultural.	Menciona a relação entre gastronomia local, história, identidade e patrimônio cultural. Faz uso dessa relação como recurso turístico.
7	Silveira Martins	Identidade; Patrimônio Cultural; Tradição.	Menciona a relação entre a gastronomia e história. Faz uso dessa relação como recurso turístico.
8	Estrela	Identidade; Cultura.	Menciona a colonização alemã e promove roteiros gastronômicos, mas não relaciona cultura à alimentação.
9	Bento Gonçalves	Tradição; Identidade; Cultura; História; Memória.	Relaciona a gastronomia e culinária à história, memória e cultura. Faz uso da relação como recurso turístico.
10	Carlos Barbosa	Identidade; Cultura.	Relaciona a gastronomia e a culinária à história, com ênfase à colonização italiana. Faz uso da relação como recurso turístico.
11	Rio Grande	Identidade; Cultura.	Faz menção à cultura portuguesa, mas não relaciona à alimentação.
12	Encantado	Identidade; Cultura.	Menciona a cultura colonial italiana, mas não faz uso como recurso turístico.
13	Gramado	Identidade; Cultura.	Relaciona a gastronomia à cultura. Promove a relação sob a influência europeia como recurso turístico.
14	Santa Cruz do Sul.	Identidade; Cultura; Tradição.	Menciona rotas com influência étnica, mas no momento da pesquisa as abas estavam desativadas.
15	Venâncio Aires	Identidade; Cultura.	Relaciona a cultura local ao chimarrão, utilizado como recurso turístico.
16	Garibaldi	Tradição; Identidade; Cultura; História; Patrimônio.	Menciona a relação entre gastronomia, história e tradição. Faz menção à influência europeia e a utiliza como recurso turístico.
17	Santa Vitória do Palmar	Cultura; Identidade.	Relaciona a culinária e a gastronomia à identidade, fazendo referência à característica fronteiriça. Promove como recurso turístico.
18	Arvorezinha	Cultura; Identidade.	Promove por meio do chimarrão.
19	Antônio Prado	Identidade.	Promove a relação entre a gastronomia e a cultura dos imigrantes italianos. Faz uso da relação como recurso turístico.
20	Dom Pedrito	Cultura; Patrimônio Cultural.	Menciona a relação entre a gastronomia, história, cultura e tradição. Faz uso da relação como recurso turístico.
21	Candiota	Cultura.	Emprega o termo gastronomia relacionado à história e a cultura, mas não explora a relação como recurso turístico.

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa



Para melhor visualizar os dados, apresenta-se o Gráfico 2, com a quantificação das categorias socioantropológicas acionadas pelos órgãos de turismo.

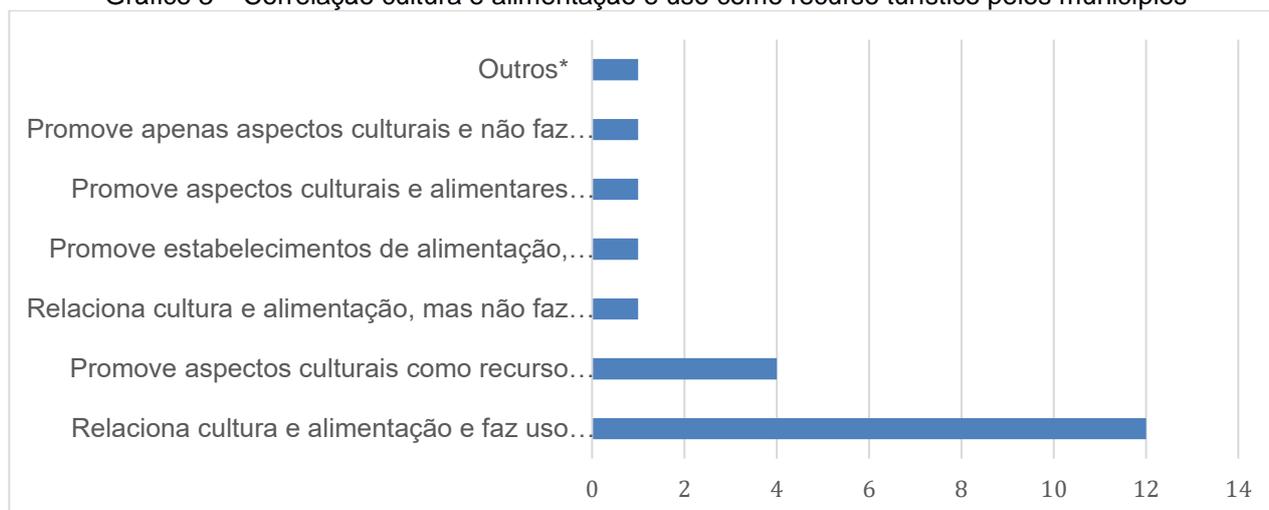
Gráfico 2 – Categorias socioantropológicas acionadas pelos órgãos oficiais de turismo



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa

Verificou-se que os órgãos oficiais de turismo, em parte, expunham a cultura e, em especial, a identidade local, por meio de diversos elementos, como arquitetura, práticas culturais e modo de vida. A alimentação surge, em boa parte desses portais eletrônicos, correlacionada aos aspectos culturais locais e utilizada como um recurso turístico, tal qual identificado nos artigos científicos. A seguir, apresenta-se a correlação cultura e alimentação e seu uso como recurso turístico pelos municípios analisados (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Correlação cultura e alimentação e uso como recurso turístico pelos municípios



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa



A convergência entre a produção científica e o que os municípios vêm promovendo acerca da relação dessas categorias é, no entanto, baixa. Notou-se ainda que, apesar das publicações científicas citarem a oferta da culinária local em 26 dos 38 municípios, menos da metade desses municípios promove tais alimentos enquanto recurso turístico nas páginas de internet oficiais dos órgãos municipais.

Em relação ao emprego dos termos, não pôde ser observada constância ou consonância entre as produções científicas e o emprego prático deles pelos órgãos municipais, dado ao fato de que poucos municípios mencionaram essa relação. Assim, verifica-se que mesmo nas localidades onde os alimentos são parte da oferta turística, ela não é devidamente inserida ou explicada dentro de um contexto sociocultural que, justamente, molda as práticas alimentares.

Considerações finais

Os resultados deste trabalho contribuem para aprofundar as discussões e estudos acerca das temáticas já citadas, bem como conscientizar a respeito das benesses provenientes do ato de aliar e promover o que é intrínseco à determinadas regiões e à atividade turística. Com a pesquisa realizada verificou-se: i) a existência de uma lacuna no que diz respeito à produção científica e à discussão da temática pela academia dentro do recorte geográfico estabelecido tendo prevalência em algumas regiões turísticas e municípios (Região da Serra Gaúcha - com ênfase no Vale dos Vinhedos – e o município de Pelotas); ii) as publicações, em geral, analisam o contexto cultural no qual a alimentação está envolvida e o fazem sob a perspectiva da atividade turística; iii) no entanto, quando analisado se os municípios, por meio de seus portais, faziam essa relação, foi constatado que apenas parte utiliza a alimentação como um recurso turístico e uma parte ainda menor o fazia relacionando aos aspectos socioculturais locais. Portanto, para além de que os agentes turísticos (com ênfase no Estado) não estejam se apropriando plenamente do contexto em que se inserem, também não é ressaltada a conjuntura histórico-cultural local. Conjuntura que pode ser representada aos visitantes por meio das práticas alimentares.

Como hipótese para explicar essa conjuntura, tem-se que a gestão pública do turismo nem sempre percebe as práticas alimentares – culinária, gastronomia, saber-fazer, produção artesanal – como um recurso turístico. Os pesquisadores, por sua vez, preocupam-se com análises integradas, com um olhar sobre as dimensões sociais e culturais que moldam dita sociedade e conformam a arena turística local. Além disso, municípios com menor expressividade turística no cenário nacional não contam com a mesma organização e estruturação de destinos mais



consolidados, como os que conformam a região do Vale dos Vinhedos, portanto, a própria divulgação turística merece ser entendida como um aspecto em construção e com lacunas – como a não divulgação das práticas alimentares. Por esses motivos, pode haver divergências entre a produção científica e a realidade dos municípios.

Longe de esgotar o tema, como sugestões para pesquisas futuras, podem-se considerar a combinação de outros termos e utilizar outros bancos de dados. Ademais, a correlação entre prática e teoria aqui se fez somente sobre as abas direcionadas ao turismo dentro das páginas *web* de prefeituras, mas poderia ser expandido a páginas do setor privado, avaliações e resenhas de turistas em sites de viagem; ou análise *in loco*. Também se sugere a possibilidade de expansão dos objetos de análise, saindo das dinâmicas relacionais humanas e sociais, para as dinâmicas econômicas e de mercado. Ou, ainda, abordar o contexto turístico mais amplo, passando a analisar outros atores sociais e agentes que não o Estado, a fim de verificar também quanto o marketing turístico representa o cotidiano dessas localidades.

Referências bibliográficas

ASHTON, Mary Sandra Guerra; MULLER, Ana Cristina. A Presença da Gastronomia Alemã na Hotelaria de Novo Hamburgo, RS. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, p. 319-332, abr./jun. 2013.

BAHL, Miguel; GIMENES, Maria Henriqueta; BARTOSZECK, Letícia Nitsche. Territorialidade gastronômica: as cozinhas regionais como forma de mediação do homem com o meio e como atrativo turístico. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, n. 47, p. 1-16, 2011.

BARBOSA, Fabrício; LACERDA, Daniel; VIEGAS, Cláudia; SANTOS, Alessandra. Rotas turísticas em regiões vinícolas: enoturismo na Campanha do Rio Grande do Sul – Brasil. **Visão e Ação**, v. 19, n. 1, jan.- abr. 2017.

BRAMBATTI, Luiz Ernesto. Avaliação de Roteiros de Turismo Rural: o caso da região Uva e Vinho, Rio Grande do Sul, Brasil. **Turismo e Sociedade**, v. 12, n. 2, p. 45-64, maio/ago. 2019.

BRETTAS, Luiz Fernando. Culinária e Gastronomia: entre o local e o global. In: LAVANDOSKI, Joice.; BRAMBILLA, Adriana; VANZELLA, Elídio. **Alimentação e cultura: Alimentação e Turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019, p. 225-254.

CARVALHO, Maria; LUZ, Madel; PRADO, Shirley. Comer, alimentar e nutrir: categorias analíticas instrumentais no campo da pesquisa científica. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, p. 155-163, 2011.



CERETTA, Caroline. Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul/Brasil. **Rosa dos Ventos**, v. 4, n. 1, p. 89-99, jan./jun. 2012.

CERETTA, Caroline; HERES, Denise da Silva. El festival del bacalao como manifestación de la gastronomía portuguesa en Pelotas, Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 21, n. 6, p. 1558-1577, nov. 2012.

CÉSAR, Pedro. Roteiros turístico-culturais na Serra Gaúcha (RS-Brasil): escolha e formação dos percursos e seu apelo histórico memorial. **RBTur**, v. 10, n. 3, p. 416-434, set./dez. 2016.

CÉSAR, Pedro; MARCOLIM, Marcell. Festa e Espaço Urbano: A Festa da Uva em sua Relação com a Cidade de Caxias do Sul-RS (Brasil). **Rosa dos Ventos**, v. 9, n. 4, p.537-556, 2017.

CORBARI, Sandra; SOUZA, Silvana. Aspectos culturais do turismo: reflexão sobre autenticidade e deslegitimação étnico-cultural. In: GOMES, Bruno; SOUZA, Silvana (Org). **Turismo e sociedade: aspectos teóricos**. 2 ed. Curitiba: Bruno Martins Augusto Gomes, 2021, n. p.

COSTA, Luciana de Castro Neves. Enoturismo e paisagem cultural: a vitivinicultura em nova proposta. **Rosa dos Ventos**, v. 2, n. 2, p. 112-124, 2010.

DALMORO, Marlon; NIQUE, Walter Meucci. Tradição mercantilizada: Construção de mercados baseados na tradição. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, p. 327-346, 2017.

ERCOLE, Flávia; MELO, Laís; ALCOFORADO, Carla. Revisão integrativa versus revisão sistemática. **Revista Mineira de Enfermagem**, v. 18, n. 1, p. 9-12, 2014.

FÀVERO, Ivane Maria Remus. O Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha: uma paisagem cultural por conhecer. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 40, p.171-190, 2019.

FIGUEIREDO, Franciele Bandeira. Gastronomia e hibridismo cultural de restaurantes italianos em Gramado (RS) - estudo de caso. **Cultur**, v. 3, n. 1, jan. 2009.

FIUZA, Thamires Foletto; ZUCCO, Fabricia Durieux; KRAUS, Camila Belli. Os Impactos de Festivais versus a Participação do Residente: Uma Análise da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul, Brasil). **Marketing & Tourism Review**, v. 4, n. 1, p. 1-23, 2019.

GABARDO, Wagner; VALDUGA, Vander. Los sistemas culturales y el paisaje del viñedo brasileño: recursos para el enoturismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 28, p. 759 – 779, 2019.



GIMENES, Maria Henriqueta. O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). **Turismo e Sociedade**, v. 2, n. 1, p. 8-24, 2009.

GIMENES, Maria Henriqueta. Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. **Turismo e Sociedade**, v. 4, n. 2, p.425-431, 2011.

GIMENES, Maria Henriqueta. Comida como cultura? Notas sobre a patrimonialização alimentar e sua relação com o turismo gastronômico. **Gestión Turística**, n. 19, p. 41-56, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 12 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HOBSBAWM, Eric. Introduction: inventing traditions. In: HOBSBAWM, Eric.; RANGER, Terence. (Ed.). **The invention of tradition**. 21 ed. London/New York: Cambridge University Press, 2013.

HSU, Fu-Chieh. **Food tourism: consumer behaviour in relation to traditional food**. Tese (Doutorado em Filosofia), University of Queensland, Australia, 2014.

LAVANDOSKI, Joice; TONINI, Hernanda; BARRETTO, Margarita. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). **RBTur**, v. 6, n. 2, p. 216-232, maio/ago. 2012.

LIMA, Romilda; FERREIRA NETO, José; FARIAS, Rita Cássia. Alimentação, Comida e Cultura: o exercício da comensalidade. **Demetra**, v. 10, n. 3, p. 507-522, 2015.

LINDNER, Michele; RODRIGUES, Suelen de Leal; SOUZA, Marcelino de. Ruralidades e turismo gastronômico no município de Silveira Martins, RS, Brasil. **Rotur**, n. 5, p.67-80, 2012.

MONTANARI, Massimo. **La comida como cultura**. Trad. Silvia Flecha. Gijón (ESP): TREA, 2004.

PAIVA, Lílian; TRICÁRIO, Luciano; TOMELIN, Carlos Alberto. A Culinária Enquanto Patrimônio Local e Recurso Turístico. In: LAVANDOSKI, Joice.; BRAMBILLA, Adriana; VANZELLA, Elídio. **Alimentação e cultura: Alimentação e Turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019, p. 111-129.

PAULA, Tauana; STEIN, Gabriella; MECCA, Marlei. Ciclo de Vida das Destinações Turísticas: Vila Flores, RS: 'Terra da Fé, Pão e Vinho. **Rosa dos Ventos**, v. 8, n. 1, p. 1-13, 2016.

PEREZ, Xeraldo Pereiro. **Turismo Cultural**. Uma visão antropológica. El Sauzal (ESP): ACA y PASOS, RTPC, 2009.



PERTILE, Krisciê; FILIPPON, Kéllen; KUNZ, Jaciel. Memória: Polentaço® de Monte Belo do Sul, RS – Pequena História de um Evento Gastronômico. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 4, p. 644-654, out./dez. 2013.

PINTO, Muriel; MAURER, Rodrigo. Quando a geo-história avança sobre os significados de um espaço urbano: as paisagens culturais e as transformações identitárias da fronteira Brasil-Argentina. **Eure**, v. 30, n. 120, may. 2014.

PINTO, Leidh Jeane Sampietro; SANTOS, Eurico de Oliveira; THOMÉ-ORTIZ, Humberto; AGUIRRE-GONZÁLEZ, Noe; JASPER, Juliana. A gastronomia regional no turismo rural da metade sul do Rio Grande do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 5, n. 2, p. 205-220, jul./dez. 2017.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Trad. Rossana Pacheco Proença, Carmen Sílvia Rial e Jaimir Conte. Florianópolis: UFSC, 2004.

RIBEIRO, Loredana. Da praça à cozinha, passando pela sala de jantar: gênero, raça e classe na Pelotas no Século XIX – e depois. **Vestígios**, v. 11, n. 2, jul./dez. 2017.

SANTOS, Milton. **O dinheiro e o território**. In: Conferência de inauguração do Mestrado em Geografia da Universidade Federal Fluminense e abertura do ano letivo de 1999. 15 mar. 1999.

SILVA, Edna; MENEZES, Estera. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3 ed. Florianópolis: UFSC, 2001.

SIMS, Rebecca. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 17, n. 3, p. 321-336, 2009.

SOCOLOSKI, Thaimon; CARDOSO, Eduardo Schiavone. Cultura e território da imigração polonesa no município de Áurea/RS. **Sociedade & Natureza**, v. 32, p. 196-209, mar. 2020.

SOUZA, Magda. **Reinvenção das tradições e promoção do turismo-estratégias diferenciadas de mercantilização da identidade cultural**: os casos de Nova Petrópolis e São Francisco de Paula no Rio Grande do Sul. Tese (Doutorado em Sociologia), UFRGS, Porto Alegre, 2005.

SOUZA, Marcela; SILVA, Michelly; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, v. 8, p. 102-106, 2010.

SPINDLER, Vanessa; OLIVEIRA, Celmar; MORINS, Angela; ANDRADE FILHO, Clovis. 'Encantos de São Chico': uma proposta de roteirização turística. **Rosa dos Ventos**, v.13, n. 2, p. 601-619, 2021.



SPINDLER, Magda M.; SANTOS, Eurico O. Roteiro de turismo rural caminho pomerano: aproximações entre aspectos histórico-culturais e atrativos turísticos do roteiro. **Cultur**, v. 7, n. 3, p. 105-130, 2013.

TONINI, Hernanda; LAVANDOSKI, Joice. Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS). **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 25-43, abr. 2011.

VALDUGA, Vander. **Enoturismo no Vale dos Vinhedos**. Jaguarão (RS): Fundação Universidade Federal do Pampa, 2011.

ZANETI, Tainá; ZANI, Valdeni; FLEURY, Lorena; MACHADO, Isabel; DORIGON, Caio; PEREIRA, Gabriela; ALMEIDA, Sara; LIMA, Ariane; MARTIN NETO, João; GARCIAS, Bruno; VELLINHO, Yasmin; ROHDE, Fábio; SCHNEIDER, Sérgio; KECHINSKI, Carolina. Cozinha Gaúcha: um resgate dos sabores e saberes da Gastronomia do Rio Grande do Sul. **Ágora**, v. 18, n. 1, p. 28-42, 2016.

ZHOU, Qilou; ZHANG, Jie; ZHANG, Honglei; MA, Jinhai. A structural model of host authenticity. **Annals of Tourism Research**, v. 55, p. 28-45, nov. 2015.