

Documentos Especiales

LOS SISTEMAS CULTURALES Y EL PAISAJE DEL VIÑEDO BRASILEÑO

Recursos para el enoturismo

Wagner Otavio Gabardo*
Vander Valduga**
Universidad Federal de Paraná
Curitiba, Brasil

Resumen: Este ensayo tiene por objetivo comparar los diferentes paisajes del viñedo en Brasil en base al concepto de “sistemas culturales” de Bonnemaïson (2005) y el abordaje “etnogeográfico” de Elias (2008). Se analizó la forma en que el enoturismo se ha desarrollado en cuatro destinos: Vale dos Vinhedos, Campanha Gaucha, Vale do São Francisco y São Joaquim. La investigación cualitativa se constituyó de un análisis de contenido de tesis y disertaciones publicadas por universidades brasileñas cuyo enfoque son los territorios del vino y su desarrollo turístico. El contexto histórico, cultural y natural de cada valle tiene un fuerte impacto en la manera en que se forma el paisaje y se desarrolla el enoturismo. Mientras en el Vale dos Vinhedos el enoturismo fue una consecuencia de la prosperidad de la viticultura en un territorio cargado de historia y tradiciones de los inmigrantes italianos, en los demás valles la viticultura surgió conjuntamente con el enoturismo a partir de inversiones de nuevos actores rurales externos. La diversidad de terruños del extenso territorio brasileño se traduce en múltiples y distintos paisajes del viñedo de interés turístico, además de constituir una alternativa al sobreexplotado turismo de sol y playa.

PALABRAS CLAVE: Paisaje del viñedo, sistemas culturales, enoturismo, Brasil.

Abstract: Cultural Systems and the Brazilian Winescapes. Resources for Wine Tourism. This essay aims to compare the different winescapes in Brazil based on the “cultural systems” concept by Bonnemaïson (2005) and the “ethnogeographic” approach by Elias (2008). It analyzes the ways wine tourism has been developed in four destinations: Vale dos Vinhedos, Campanha Gaucha, Vale do São Francisco and São Joaquim. The qualitative research has been made by content analysis of previous thesis and dissertations published by Brazilian universities focused on wine territories and tourism

* Maestría en Turismo por la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. Especialista en Enología y Viticultura por la Universidad Tuiuti de Paraná (UTP), Curitiba, Brasil. Sommelier con formación superior por el Centro Argentino de Vinos y Espirituosas (CAVE), Buenos Aires, Argentina. Bachiller en Turismo por la UFPR. Se desempeña como investigador del programa de posgrado en turismo de la UFPR. Dirección Postal: Rua Dr. Faivre, 405 Centro, 3 (Dom Pedro II), 3º andar. Curitiba – Paraná/Brasil. E-mail: wgabardo@gmail.com

** Posdoctor en Hospitalidad por la Universidad Anhembi Morumbi, São Paulo, Brasil. Doctor en Geografía por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Bachillerato y Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil. Docente de grado y posgrado en la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. Coordinador del Grupo de Pesquisa Enoturismo, Gastronomía, Patrimônio del Vino y Desarrollo de la UFPR. Dirección Postal: Rua Paulo Setúbal, 2909, Casa 15 – Boqueirão, Curitiba – Paraná/Brasil. E-mail: vandervalduga@gmail.com

development. The historical, cultural and natural backgrounds of each valley have a strong impact on ways the landscape is shaped and the wine tourism is being developed. Whilst at Vale dos Vinhedos the wine tourism was consequence of the prosperity of the viticulture in a territory full of history and traditions of Italian immigrants, in other valleys the viticulture and the wine tourism began together, with the inversion of new external rural actors. The diversity of 'terroirs' of the wide Brazilian territory translates into a variety of winescapes touristic appealing, besides being an alternative to an overexploited sun & beach tourism.

KEY WORDS: *Winescapes, cultural system, wine tourism, Brazil.*

INTRODUCCIÓN

En Brasil, un país con dimensiones continentales, el surgimiento de los valles vinícolas y los desafíos del territorio que los acoge son particularmente diferentes. Además se dieron en momentos históricos distintos del país. Ello impactará en la diversidad de paisajes del viñedo y en la manera en que dichos paisajes son aprovechados como recursos turísticos. En la búsqueda de comprender de forma comparativa estos fenómenos se dibuja este ensayo. Por lo tanto se acercarán los conceptos de sistemas culturales, paisaje del viñedo y enoturismo.

Bonnemaison (2005) aborda el concepto de sistemas culturales y propone un abordaje etnográfico del espacio. El autor afirma que una cultura dada puede ser entendida e identificada a partir de su relación con el espacio al imprimir sus marcas en el territorio, desde cuatro pilares fundamentales: *conocimiento, técnica, creencias y espacio*. Estos pilares explican cómo la relación del hombre con el lugar puede ser un elemento que marque identidades y forme paisajes.

Para el autor, un acercamiento etnogeográfico (...) *investiga la representación del espacio en un determinado sistema cultural, incluyendo el rol de la tenencia de tierras, la relación con la tierra, los métodos de producción, las prácticas que representan el milieu geográfico, y finalmente el rol del espacio en la construcción de la identidad cultural. El territorio juega un rol esencial en este aspecto* (Bonnemaison, 2005: 90).

Al interpretar los sistemas culturales de Bonnemaison (2005) en el contexto de la vitivinicultura y del enoturismo, se entiende al *conocimiento* como los saberes adquiridos para tornar viable la práctica de la viticultura en una determinada área; a la *técnica* como la manera en que estos recursos son aplicados al cultivo de las uvas y la producción del vino; a las *creencias* como el discurso de las representaciones de estos territorios, que le confieren identidad y reproducción a lo largo del tiempo manteniendo la tradición vinícola típica del lugar y tornándolo atractivo al enoturista; y al *espacio* como la geolocalización del lugar donde el fenómeno se desarrolla así como la disposición de los recursos turísticos y la manera como éstos son utilizados.

Un sistema cultural es importante cuando está relacionado a la interpretación espacial a partir de coexistencias y multiplicidades, con sus historias y trayectorias particulares (Massey, 2008). Desde el punto de vista de la materialización del espacio, la vitivinicultura desempeña un rol importante para las poblaciones que de ella viven, es un vínculo, construye y agrega sentido al espacio, y configura estructuras reales y simbólicas conformando efectivamente territorios (Haesbaert, 2004; Saquet, 2007). Luego, el territorio es el sustentáculo axiológico de los paisajes, de las identidades y de las culturas proyectadas en el espacio geográfico y determina formas de poder como un campo de fuerzas, de relaciones espacialmente delimitadas operando, de esta manera, bajo un sustrato referencial (Souza, 2006). En este sentido, independientemente de que un territorio presente sistemas culturales más o menos estructurados en la vitivinicultura, los vínculos territoriales que se establecen a partir de ella interfieren en las tradiciones e identidades y son un *continuum* en constante remodelación, y por eso, configuran un territorio del vino (Di Méo, 2004).

Elias (2014) destaca la importancia de la valorización y preservación de los paisajes del viñedo, al considerarlos bienes culturales de las comunidades viticultoras y un importante recurso para usufructo del enoturismo. El autor comparte el abordaje etnográfico de los territorios del vino de Bonnemaïson (2005) y enfatiza la importancia de estudios que los caractericen, aún incipientes.

Elias (2008: 141) considera el paisaje del viñedo un bien patrimonial que debe ser preservado, construyendo una memoria vitivinícola. Este patrimonio es erigido a lo largo del tiempo partiendo de saberes y técnicas laborales impares vinculadas a un territorio. Según Elias el paisaje del viñedo *"nos explica la cultura de un territorio, como manifestación geográfica de la vida de los pueblos que lo transforman"* en un proceso sucesivo y continuo. El autor refuerza que los mecanismos de cultivo de uvas son diversos alrededor del mundo:

(...) así el paisaje nos habla de la propiedad de la tierra, de la herencia, de la tipología de cultivos, de la red de comunicaciones, de las devociones, nos explica la arquitectura y nos hace entender la alimentación (Elias, 2008: 141).

Considerando la teoría de los sistemas culturales de Bonnemaïson y el abordaje etnogeográfico de Elias (2008) y sus aplicaciones en la comprensión del paisaje vitícola, la pregunta que este ensayo se plantea es cómo los conocimientos, las técnicas y creencias estructuran los distintos territorios del vino y sus paisajes en Brasil.

El objetivo central de este ensayo es comprender cómo se estructuraron los territorios del vino en Brasil a partir de la teoría de los sistemas culturales de Bonnemaïson (2005) y del abordaje etnogeográfico de Elias (2008). Por lo cual se caracterizará la diversidad de paisajes del viñedo de cuatro regiones vitivinícolas brasileñas partiendo de la revisión bibliográfica de tesis y disertaciones acerca de cada uno de estos espacios. A eso se sumará el análisis de contenido de estos trabajos donde se logra identificar datos que puedan ser interpretados bajo la teoría de Bonnemaïson, para una

posterior construcción de un cuadro comparativo de la territorialidad y de la formación de los paisajes del viñedo.

Como hipótesis, se supone que los sistemas culturales impactan directamente en la estética de los paisajes del viñedo brasileño, en la construcción de la identidad territorial y en la manera en que el enoturismo viene desarrollándose en distintos terruños y contextos socio-históricos.

Este ensayo surge a la luz del artículo publicado por Mitchel *et al.* (2012), al comparar la configuración de los paisajes del viñedo –“winescapes”- de una región australiana y otra francesa, que surgieron en contextos histórico culturales diferentes. Los autores concluyen que el proceso de territorialidad del poblado de Rilly-la-Montagne (Francia) y Margaret River (Australia) poseen dinámicas socio-espaciales opuestas, que impactan en los sistemas de posesión y vinculación con la tierra, y en la manera en que el enoturismo se desenvuelve en cada una de estas regiones vinícolas. Se cree que un análisis semejante, reproducido en regiones brasileñas, pueda traer a la luz realidades de un nuevo actor en el mercado vitivinícola y del enoturismo mundial, enriqueciendo el debate alrededor del tema.

METODOLOGIA

De abordaje cualitativo, la investigación se inició con una compulsa preliminar del banco de tesis y disertaciones publicadas por universidades brasileñas, disponibles en la plataforma *Sucupira* de la *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior* (Capes, 2017) del Ministerio de Educación de Brasil. Por medio del buscador del portal se utilizaron las palabras clave de búsqueda “enoturismo” y la combinación de “turismo + vitivinicultura” de las áreas de Turismo y Geografía. De esta manera se reunieron los trabajos donde el enoturismo se encuentra vinculado al tema central de la investigación, siendo el tópico principal o bien estando en el título del trabajo. Eliminados los resultados duplicados de las búsquedas, se encontraron en total dieciséis (16) trabajos de posgrado publicados entre 2005 y 2016, siendo 9 de Turismo y 7 de Geografía. El contexto espacial de estos estudios se centra, en su mayoría, en cuatro territorios vitivinícolas de Brasil: Vale dos Vinhedos (RS); Campanha Gaúcha (RS), São Joaquim (SC) y Vale do São Francisco (BA/PE). Fueron seleccionados para la construcción del análisis comparativo desde la perspectiva de la territorialidad de Bonnemaison (2005) y del paisaje cultural de Elias (2008; 2014). De los dieciséis trabajos encontrados se escogieron once que presentaban aportes relevantes para la discusión aquí propuesta. Los datos aquí confrontados y presentados fueron obtenidos a partir del análisis del contenido (Lima, 2003) de los resultados y de las discusiones en los trabajos académicos seleccionados.

ENOTURISMO: UNA MIRADA

El enoturismo es un fenómeno existente y consolidado en la mayoría de las regiones vinícolas mundiales y sus registros remiten al periodo de la formación de los Estados Nación o periodo entre guerras, siendo la vitivinicultura un importante instrumento de territorialización de parcelas de la

población en el contexto rural (Valduga, 2011; 2014).

El enoturismo reinventa e revaloriza el mundo rural, despierta el interés de los apreciadores de vino en conocer las regiones de cultivo de uvas y aprender, aunque superficialmente, acerca del modo de producción del campesino viticultor. La viticultura adquiere un status de trabajo agrícola de alto valor agregado (Elias, 2008) y al atraer visitantes, el enoturismo transforma un espacio productivo en espacio de ocio (Dias & Vital, 2012) proporcionando la pluriactividad al viticultor. La apertura de su propiedad para recibir turistas se convierte en una actividad complementaria y un medio de comercializar su producción, haciéndose conocido por los consumidores de vino.

Hacer enoturismo es también valorizar las ruralidades de un territorio del vino, el legado cultural de las comunidades que allí habitan, los paisajes moldeados por la viticultura y demás prácticas agrícolas (Elias, 2008); al buscar vivir momentáneamente en los tiempos y modos de vida de un campesino, compartir sus festejos y hábitos alimentarios. El enoturismo implica prácticas que remiten a un espacio rural idealizado, idílico en los términos de Urry (2001), y cada vez más buscado por los habitantes de las grandes ciudades.

Desde el punto de vista académico los estudios acerca del enoturismo comienzan en el inicio de la década de 1990 y su ritmo sigue acompañado por el aumento de la oferta turística y el establecimiento de nuevas regiones vinícolas. Carlsen (2004) identificó en el 2004 más de 50 estudios relacionados al tema, sin embargo criticó la forma pragmática de los abordajes, excesivamente estructuradas a partir de estudios de caso y con poca base teórica. Desde entonces y aunque todavía persistan los estudios de caso, investigaciones importantes han sido publicadas en distintas vertientes: desde el punto de vista evolutivo en regiones vinícolas, del territorio y del patrimonio del vino (Alonso, Sheridan & Scherres, 2008; Alonso, 2009; Elias, 2008; 2014; Costa, 2010; Alonso & Liu, 2011; Alonso & Liu, 2012; Valduga, 2014); en la perspectiva del diseño de rutas, destinos turísticos, planificación e imagen (Fuller, 1997; Getz, 2000; Williams, 2001; Bruwer, 2003; Sanders, 2004; Hojman & Jones, 2012; Sartori, Mottironi & Corigliano, 2012; Silva Barbosa *et al.*, 2014); y desde la perspectiva de la demanda y del marketing del turismo del vino (Leiper & Carlsen, 1998; Getz *et al.*, 1999; Hall *et al.*, 2004; Brown & Getz, 2005; Bruwer & Alant, 2009; Simeon & Sayeed, 2011; Marzo Navarro & Pedraja Iglesias, 2012; Quadri-Felitti & Fiore, 2012). Otra vertiente que también emerge son los estudios denominados experienciales, algunos de ellos fundamentados en la llamada "economía de la experiencia" de Pine II & Gilmore (1998), que se basan en lo emocional, la planificación de experiencias, las sensaciones, la innovación y la creatividad (Ali-knight & Carlsen, 2003; Carmichael, 2005; Nowak & Newton, 2006; Roberts & Sparks, 2006; Asero & Patti, 2009; Tonini & Lavandoski, 2011; Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Capitello, Begalli & Agnoli, 2013; Bizinelli *et al.*, 2014).

Específicamente relacionados al contexto paisajístico y objeto de estudio del presente ensayo, los trabajos de Mitchel *et al.* (2012), Elias (2008; 2014) y Costa (2010) aportaron distintos elementos para el análisis. Por un lado, el paisaje del viñedo es una trama compleja que a veces puede facilitar o inhibir

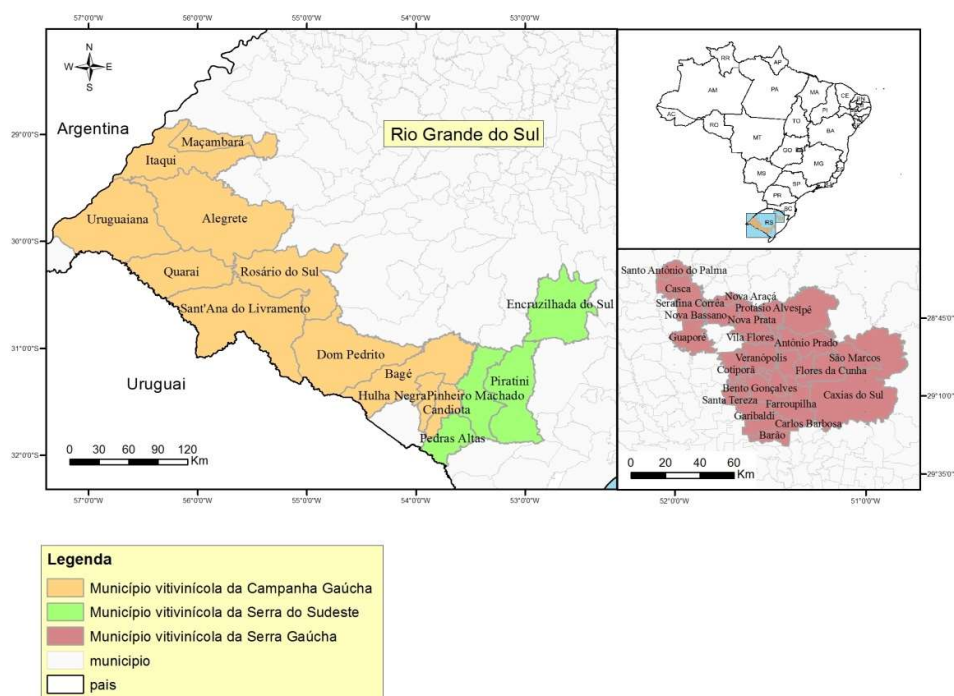
su disfrute e interpretación por parte de los turistas como observan Mitchel *et al.* (2012). Por el otro, los paisajes del viñedo carecen de una mirada *etnogeográfica* que permita caracterizar la riqueza de las labores culturales que lo esculpen y le confieren singularidad y por lo tanto son un recurso atractivo y primordial para el enoturismo (Elias, 2008). Sobre todo, considerando la importancia del reconocimiento de dichos paisajes como patrimonio y su respectiva valoración y preservación (Elias, 2008; Costa, 2010).

RESULTADOS Y DISCUSIONES

A continuación se hará una breve descripción del proceso de territorialidad de los cuatro valles vitícolas mencionados anteriormente para luego identificar los actores involucrados, su conocimiento, técnica y creencia en la caracterización del espacio de la viticultura y como consecuencia del enoturismo.

El *Vale dos Vinhedos* constituye la primera denominación de origen de vinos de Brasil. La certificación fue otorgada en el año 2012, tras haber recibido el título de indicación geográfica en el 2002 (Falcade, 2011). Dicho valle pertenece a la región de la Serra Gaúcha, ubicada en el nordeste de la provincia del Rio Grande do Sul (RS) y contempla la zona rural de las municipalidades de Bento Gonçalves sobre todo, y parte de Garibaldi y Monte Belo do Sul (Figura 1).

Figura 1: Mapa de geolocalización de la Serra Gaúcha y la Campanha Gaúcha



Geógrafo responsable Florin-Alexandru Enia (2018)

Fuente: IBRAVIN (2017); IBGE (2017)

Con un clima subtropical húmedo y caliente, densos bosques nativos y altitudes desde los 450 a los 650 metros marcados por una topografía accidentada representaban un especial desafío al cultivo de uvas. Según Valduga (2011) la región recibió un flujo masivo de inmigrantes de origen italiano, sobre todo del Veneto, Lombardía, Trento y Friuli alrededor de 1875. Esos inmigrantes vinieron en una política de ocupación territorial del interior septentrional del país y asumieron la paternidad de la vitivinicultura brasileña. Aunque muchas de las variedades de uva cultivadas eran del tipo *labrusca* - como *isabel* y *bordô* - el típico sistema de conducción adoptado en los cultivos fue la pérgola, tradicionalmente utilizada en los viñedos de la Valpolicella, Italia, como se puede observar en la Figura 2. A partir de los años 1920 fueron introduciendo variedades de origen europeo plantadas en el sistema de espaldera diversificando el paisaje del viñedo (Falcade, 2011).

Figura 2: Paisaje del viñedo del Vale dos Viñedos



Fuente: Autores (2017)

En la década de 1930 se fundaron las primeras cooperativas de productores con destaque para la Aurora - que aún existe en 2017 - formada por agricultores familiares poseedores de pequeñas extensiones de tierra donde la vid compartía el paisaje con otros cultivos frutales y la cría de animales. Según Valduga (2011) en la misma década se instituyeron las primeras fiestas de la uva y de la vendimia, replicando un festejo tradicional de raíces europeas. Dichas fiestas fueron el punto de partida para la atracción de turistas a la zona que vendría a consolidarse como la cuna del vino brasileño.

En el año 1960 se funda el Colegio de Viticultura y Enología de Bento Gonçalves (Valduga, 2007) responsable de la formación de los primeros técnicos enólogos que vendrían a trabajar en las bodegas de la zona en un periodo marcado por la expansión de los monocultivos de vides en el territorio y un acumulo de capital de los viticultores. El sistema de herencias de tierras también hace que las propiedades disminuyan su extensión, con un tamaño promedio inferior a quince hectáreas. Las casas de madera son entonces reemplazadas por hogares de piedra y madera o ladrillo (Falcade, 2011). A partir de la década de 1970 se crea la EMPRAPA (Empresa Brasileña de Investigaciones Agropecuarias) Uva y Vino, ubicada en Bento Gonçalves, responsable de la enseñanza de técnicas que posibilitaron el perfeccionamiento de los cultivos y los vinos producidos en el valle. En el siglo XXI, según Flores (2015) el 80 % de las propiedades tiene su superficie de viñedos inferior a cuatro hectáreas.

En el año 1985, según Valduga (2011), se funda la ATUASERRA, ente de promoción de políticas públicas volcadas al desarrollo turístico de la región, pionero en Brasil, asociando la cultura italiana a la vitivinicultura. Dicha institución - compuesta por once municipalidades de la zona - se hace cargo incluso de la financiación del trámite de reconocimiento de la indicación geográfica. El Vale dos Vinhedos, tras un extenso proceso de certificación basado en criterios más técnicos que culturales, pasó entonces a protagonizar el desarrollo del turismo del vino fuertemente asociado a los inmigrantes italianos (Valduga, 2007). En el año 1995 se funda la *Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos* (APROVALE) que suma bodegas familiares con establecimientos de alimentación y hospedaje con el objetivo de consolidar la imagen del Vale dos Vinhedos como un destino de turismo del vino en Brasil. El número de turistas avanza de los 45 mil en 2001 a 310 mil en 2015 (Aprovale, 2016). El franco crecimiento del turismo en la zona también representa amenazas al paisaje al sufrir la especulación inmobiliaria, los proyectos de creación de condominios residenciales y ocupaciones irregulares de las poblaciones marginales. Ante lo observado, fue creada en 2007 la zona de protección del paisaje del valle.

Todavía en el territorio del valle contrastan productores de uvas labruscas destinadas en su mayoría a la producción de jugo y vinos *coloniales*, productores de uvas viníferas, bodegas familiares de producción de vinos *finos* bajo el sello de la D.O. junto a algunas empresas familiares de tamaño mediano. Estas últimas con viñedos propios, sumado a compra de uvas de terceros que invirtieron en instalaciones turísticas y atraen una cantidad expresiva de visitantes, como es el caso de las vinícolas Miolo - que construyó un hotel de lujo con spa rodeado por viñedos - y la Casa Valduga - y su restaurante de comida típica italiana adornado con toneles antiguos de madera. Actualmente el Vale dos Vinhedos y la Serra Gaúcha en su totalidad encuentran limitadas sus posibilidades de expansión sumado a los altos precios de las tierras, lo que motivó el surgimiento y/o rescate de otros valles vitícolas en Rio Grande do Sul y otras provincias de Brasil.

Las rutas para recorrer el valle se encuentran señalizadas y actualmente las bodegas promocionan en los meses de la cosecha actividades que integran el calendario de la *Bento em Vindima*, donde los turistas pueden participar de actividades como cosecha nocturna de uvas, pisado de las uvas y cenas con maridajes de vinos regionales (Gabardo & Valduga, 2017).

La *Campanha Gaúcha*, en la frontera con la República del Uruguay, se convirtió en el nuevo territorio de expansión de vitivinicultura gaucha (Figura 1). Constituye una "nueva" región de cultivo de uvas cuya identidad territorial estuvo mucho más relacionada a la imagen del gaucho estanciero, del bioma de la pampa, del cultivo de arrozales y de la actividad pecuaria (Flores, 2015). Aunque haya restos de construcciones que señalan la presencia de bodegas en la zona en el primer cuarto del siglo XIX por influencia hispana - ya que dicho territorio fue escenario de batallas entre colonizadores ibéricos - los emprendimientos vitivinícolas de la actualidad son recientes. Así, su disposición espacial está expandida y las grandes propiedades se distinguen de lo observado anteriormente en el Vale dos Vinhedos.

La Campanha Gaúcha es un territorio extenso con alrededor de 400 km de longitud y 100 km de ancho y una configuración física marcada por extensas planicies de clima continental, con baja humedad del aire, amplitud térmica y veranos soleados, factores que hacen que la región sea ideal para el cultivo de uvas viníferas (Flores, 2015). Investigaciones conjuntas de la *Secretaria de Agricultura, Pecuaria y Irrigação* de RS (SEAPI, Brasil) y de la Universidad de Davis (UCDavis, EEUU) lograron identificar el potencial del territorio para la viticultura lo que motivó a empresas extranjeras - de EEUU y Japón - en las décadas de 1970 y 1980 a dedicarse a la producción intensiva de uvas destinadas a vinos y *brandys* para la exportación; lo que Flores (2011) denominó “vitivinicultura corporativa”. Tras la salida y venta de dichas empresas a inversores brasileños a principio del siglo XXI la Campanha empieza a figurar en el mapa de los valles vitícolas brasileños con intenciones de desarrollo conjunto de nuevos proyectos y del enoturismo.

Nuevas bodegas de emprendedores de la región, sumadas a las bodegas de la Serra Gaucha (Salton, Miolo y Casa Valduga) que adquirieron viñedos vislumbrando la expansión de sus negocios y a las asociaciones de fruticultores locales, se unen para la creación de la marca Vinhos da Campanha en el 2010 y la tramitación de reconocimiento de la región con una indicación geográfica (Flores, 2015). La creación de la primera carrera superior en Enología Viticultura de Brasil en la UNIPAMPA, además de cursos técnicos en el rubro, señalan una preocupación por la formación de mano de obra para suplir las necesidades de una actividad en expansión.

La topografía plana del terreno posibilita un alto nivel de mecanización de los viñedos, en su casi totalidad de cepas viníferas, plantados en espaldera, que marcan el paisaje de una región de horizontes amplios (Figura 3). Aunque muchas bodegas hayan empezado con proyectos de infraestructura y fomento del enoturismo, las distancias a los principales centros emisores de turistas y entre los emprendimientos mismos es el principal desafío para el crecimiento. En el año 2013, según Flores (2015), las bodegas recibieron 5600 turistas, una cantidad muy inferior a lo observado en el Vale dos Vinhedos (283 mil). La bodega Guatambu se vuelca a un proyecto de desarrollo de estructura turística mantenida por energía renovable a través de paneles solares instalados en la propiedad.

Figura 3: Paisaje del viñedo de la Campanha Gaúcha



Fuente: Flores (2015)

El *Valle de São Francisco* está ubicado en las orillas del río del mismo nombre que fluye por el interior de gran parte del noreste brasileño y demarca la frontera entre las provincias de Pernambuco (PE) y Bahia (BA) (Figura 4).

Figura 4: Mapa de Geolocalización del Vale de São Francisco



Geógrafo responsable Florin-Alexandru Enia (2018)

Fuente: IBRAVIN (2017); IBGE (2017)

Representa un gran cambio de terruño en el mapa mundial de la viticultura al ubicarse en una región de clima cálido y seco todo el año. La llamada *viticultura tropical* se hizo posible gracias al sistema de riego que provee el agua a las vides y demás cultivos frutales de la zona. La ausencia de una estación fría del bioma *caatinga* hace que la maduración de las uvas sea más rápida permitiendo hasta cinco cosechas de uvas distribuidas en dos años. Por medio de manejos de riego y poda se puede regular el ciclo vegetativo de las plantas y obtener, en una misma propiedad, vides en distintos niveles de crecimiento y cosechar uvas durante casi todo el año (Figura 5).

Según Galvão (2006), a fines de 1960 se iniciaron los proyectos de riego seguidos de los asentamientos y el desarrollo de los cultivos frutales a partir de 1980, lo que atrajo migrantes de otras partes del país. Dicha región obtuvo en 2009 la indicación geográfica de cultivos de uva y mango, en su mayoría destinados a la exportación a la Unión Europea, Reino Unido y EEUU. Tal cual en la Campaña Gaucha el primer proyecto de elaboración de vinos surgió tras la inversión de una empresa transnacional en el año 1985. Con la llegada de grandes inversores (un brasileño y dos extranjeros) a partir de 2000 se configuró la estructura productiva que predomina en la zona hasta la actualidad: una

vitivinicultura corporativa instalada en grandes haciendas, de gran escala productiva y verticalidad de relaciones laborales, cuyo cuerpo técnico está formado por enólogos y agrónomos del sur de Brasil.

Figura 5: Paisaje del viñedo del Vale do São Francisco



Fuente: Flores (2015)

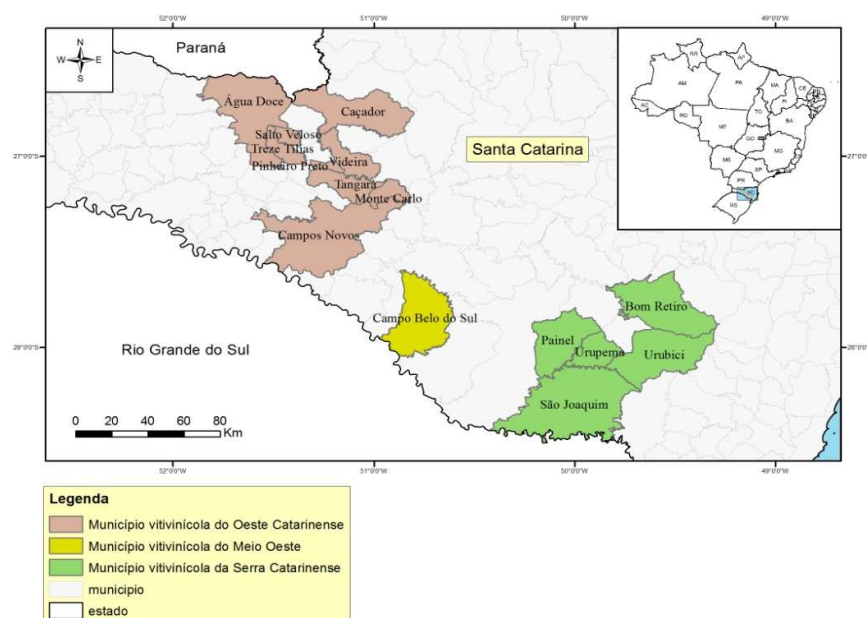
La actividad viticultora impactó directamente en el crecimiento de las municipalidades de Juazeiro (BA) y Petrolina (PE) y las vecindades, lo que atrajo la inversión de proyectos de desarrollo turístico de la región motivada por un creciente flujo de turismo técnico científico y turistas curiosos por la viticultura tropical. La EMPRAPA Uva e Vinho creó su división Embrapa Semiárido, hoy responsable por la certificación de la zona. Fue creada la escuela del vino en el Instituto Federal de Pernambuco, con carreras tecnológicas de enología y viticultura, operador de producción vinícola y *sommelier*, además de una asociación de productores locales, VinhoVASF.

Según Zanini (2007), los proyectos de desarrollo del enoturismo parten de iniciativas públicas del gobierno provincial de Bahia inicialmente y luego de Pernambuco. En 1999 se realiza la primera fiesta de la uva y del vino en la región, de periodicidad bienal, inspirada por las celebraciones de la sierra Gaucha. En 2011, tras una cooperación público privada, se crea el itinerario fluvial por el río San Francisco llamado *Vapor do Vinho*, con visita a la hacienda Ouro Verde de propiedad del Miolo Wine Group. En Lagoa Grande (PE) invierten en mejoras de infraestructura y se proyecta un museo abierto del vino. Otras bodegas menores empiezan a surgir y a generar asociaciones con empresas de barcos buscando ofrecer paseos por el mismo río con visitas y almuerzos maridados. El paisaje del interior semiárido a las orillas del río empieza a adquirir relevancia turística. La región antes marcada por la precariedad de sus pueblos pasa a atraer flujos de migrantes de otras partes del nordeste y del país que buscan trabajo en la prestación de servicios de hospitalidad o en labores en el campo.

São Joaquim, en la sierra catarinense, es la más reciente de las cuatro zonas productoras explicadas en el presente ensayo (Figura 6). Los estudios realizados por la EPAGRI a mediados de la década de 1990 lograron identificar el potencial de esta región de altitud - superior a los 900 metros - para la maduración de las uvas. La región de São Joaquim antes conocida por los cultivos de manzanos

de alta calidad registra las temperaturas invernales más bajas del país en promedio. Las ventajas de la altitud - que genera amplitud térmica - sumadas al clima más frío y seco en el otoño hacen que las uvas sean cosechadas más tarde que en las demás regiones brasileñas y obtengan una mayor concentración de taninos y polifenoles. Esos factores hicieron que muchos empresarios de otras áreas pasaran a invertir en la viticultura. Más del 70% de las bodegas instaladas en São Joaquim son de inversores de otras zonas de Santa Catarina y/o provincias vecinas. El resto corresponde a actores locales que se dedicaban al cultivo de manzanos.

Figura 6: Mapa de geolocalización de São Joaquim (Serra Catarinense)



Fuente: IBRAVIN (2017); IBGE (2017)

Geógrafo responsable Florin-Alexandru Enia (2018)

Otra diferencia es que la región de São Joaquim desde el principio se dedicó al cultivo de uvas viníferas destinadas a la producción de vinos de alta calidad. Los bajos rendimientos por hectárea sumados al riesgo de heladas tardías en la época de floración y granizo en el verano tornaron común la implementación de capas protectoras de las viñas plantadas en espaldera (Figura 7). El paisaje de montaña está compuesto por vegetación nativa del bioma *mata atlântica* donde se destaca el árbol nativo *Araucária*. El relieve marcado por la existencia de sierras con formaciones rocosas peculiares y una extensa mata nativa, según Losso (2010), viene a complementar el paisaje de altitud de los alrededores de São Joaquim.

Figura 7: Paisaje del viñedo de São Joaquim



Fuente: Autores (2017)

Los primeros vinos de la región fueron lanzados en 2004 por Quinta da Neve - que implantó sus viñedos en el año 2000. Al año siguiente la bodega Villa Francioni implanta sus viñedos, lanza su primer vino en 2005 y se convierte en la primera bodega en invertir en estructura y recibir visitas a partir del año 2011. Fue esta bodega quién lideró la creación de la ACAVITIS (Asociación Catarinense de Productores de Vinos de Altitud) en 2005, una asociación de productores locales con fines de promocionar el enoturismo en la región bajo el slogan “productores de vinos finos de altitud”. Según Losso (2010) actualmente son ocho bodegas con algún servicio de atención al visitante que incluye cata de vinos y visita guiada. Algunos ofrecen alimentación bajo reserva y están planeando infraestructura de hospedaje teniendo en cuenta la poca oferta existente en la zona urbana de São Joaquim. Los emprendimientos más adecuados al perfil de los enoturistas están ubicados en la zona rural de las municipalidades vecinas como los hoteles-hacienda en Lages y el Rio do Rastro Eco-Resort en Bom Jardim da Serra. Es relevante observar que incluso los emprendimientos que aún no poseen estructura propia para vinificación ya constan con una estructura de recepción y actividades para los visitantes, como la bodega Monte Agudo, ubicada en el cerro Agudo, que ofrece picnic con vinos durante la puesta del sol.

De las acciones conjuntas de los productores se puede destacar la realización, a partir del año 2014, de la fiesta de la *vendimia de altitud*, reforzando el relieve de la zona como marcador de identidades de los viticultores de la región. En el 2015 se elaboró un material gráfico denominado “*Rota dos Vinhos de Altitude de Santa Catarina*” y los productores hicieron viajes técnicos a destinos de enoturismo europeos lo que señala un interés efectivo en consolidar la región como un nuevo destino de enoturismo de Brasil. São Joaquim deja entonces de ser únicamente un destino de turismo de invierno, buscado por aquellos motivados por el frío y la escasa nieve, para recibir turistas a lo largo de todo el año interesados en probar los vinos y conocer los viñedos de la región. La cercanía de São Joaquim a los centro emisores de turistas - como las capitales Florianópolis y Curitiba - es un factor positivo para la expansión de la actividad.

En suma, en base a lo expuesto anteriormente y según la teoría de los sistemas culturales de Bonnemaison (2005), se puede afirmar que el *conocimiento* empleado en la formación del paisaje vitivinícola del *Vale dos Vinhedos* se atribuye inicialmente a la tradición de los inmigrantes italianos sumada a la actuación del instituto de investigación agropecuaria EMBRAPA que permitió el perfeccionamiento de las *técnicas*, que a su vez propiciaron una mejora de las condiciones de cultivo ante los desafíos climáticos y topográficos de la sierra. El uso del sistema de pérgola para las cepas americanas, en algunos casos con coberturas plásticas para protegerlas del exceso de humedad, contrasta con los viñedos en espaldera de las variedades viníferas. En el paisaje predomina un mosaico de viñedos de pequeñas propiedades de agricultura familiar en las cuestas de las colinas del valle. La *creencia* en que el valle es la cuna de la viticultura brasileña sumada a la tradición de los inmigrantes italianos allí establecidos son fuertes marcadores de identidad del territorio. El enoturismo ocurre de manera organizada entre las bodegas productoras de vinos de uvas viníferas y pertenecientes a la asociación APROVALE con catas y venta de vinos, visitas guiadas y en algunos casos servicio de gastronomía típica italiana en la misma propiedad. La cercanía de las bodegas en el territorio y la señalización facilitan el acceso del turista.

En la *Campanha Gaucha* el *conocimiento* de las condiciones climáticas favorables identificadas por investigaciones de la SEAPI y la UC Davis permitieron el redescubrimiento de un *terroir* marginalizado de la viticultura riograndense. A su vez la topografía del terreno y la escasa ocupación territorial posibilitaron la *técnica* de la viticultura en grandes extensiones de tierra, tomadas por viñedos en espaldera que hicieron posible la mecanización de las labores del campo. La *creencia* de que las condiciones del *terroir* de la campaña la convierten en una importante alternativa de expansión a la tradicional Serra Gaucha atrajo inversiones extranjeras desde el inicio y luego de vinícolas brasileñas. Al mismo tiempo hay una preocupación por el desarrollo del enoturismo tras la creación de la asociación Vinhos da Campanha, pero la dispersión de las bodegas en un extenso territorio y distante de los grandes centros emisores de turistas es un desafío a ser superado.

El *Vale do São Francisco* a su vez, tras estudios de la EMBRAPA Semiárido, desarrolla el *conocimiento* de manejo de una viticultura tropical, rompiendo los paradigmas de cultivo convencionales a través de las *técnicas* de riego y poda que permiten cosechar uvas a lo largo de todo el año. Grandes extensiones de tierra y viñedos preparados para la mecanización, rompen el bucólico paisaje de la *caatinga* de interior del nordeste de Brasil. Siguiendo la *creencia* del potencial de la zona para el cultivo de frutos de alta calidad destinados a la exportación, la producción de vinos tropicales empieza entonces a atraer el turismo técnico científico interesado en la innovación agronómica. De pronto políticas de cooperación público privadas empiezan a invertir en proyectos de desarrollo del enoturismo a las orillas del Rio São Francisco, por medio de una ruta fluvial que integra naturaleza y cultura.

Finalmente, el *conocimiento* adquirido en las investigaciones de la EPAGRI hizo posible la viticultura de altura en la región de *São Joaquim*, la más reciente de las abordadas en este ensayo. El

descubrimiento atrajo inversores de otras regiones y otros negocios a la zona por medio de *técnicas* adaptadas al lugar: pequeñas propiedades de viñedos en espaldera, muchos de ellos protegidos con telas anti granizo plantados en altitudes promedio por arriba de los mil metros que pasaron a integrar el paisaje montañoso. Desde la fundación de la asociación ACAVITIS - hoy llamada Vinhos de Altitude lo que refuerza la creencia en la altitud como sinónimo de calidad en los vinos - el enoturismo es una prioridad y hay curiosamente casos de vinícolas que no poseen aún estructura para vinificación y sin embargo ya reciben turistas. Asimismo se están desarrollando proyectos de restaurantes y hospedajes en el medio rural. A continuación, la Tabla 1 contiene un resumen comparativo de los sistemas culturales de los territorios de vino en Brasil.

Tabla 1 : Sistemas culturales de los territorios del vino en Brasil

Sistemas Culturales y el Enoturismo en Brasil adaptado de Bonnemaison (2005)	Vale dos Vinhedos (RS) con base en Falcade (2005; 2011), Tonini (2007) Valduga (2007; 2011), Zanini (2007)	Campanha Gaúcha (RS) con base en Flores (2011; 2015)	Vale do São Francisco (BA/PE) con base en Flores (2015) Galvão (2006) e Zanini (2007).	São Joaquim (SC) con base en Losso (2010; 2016)
Conocimiento	Tradición vitivinícola de la migración italiana; investigaciones de la EMPRAPA.	Clima favorable a la viticultura; cosechas de calidad más uniforme investigaciones de la SEAPI y UC Davis	Viticultura tropical permite dos cosechas anuales por planta; investigaciones de la EMPRAPA Semiárido	Viticultura de altitud; investigaciones de la EPAGRI.
Técnica (viticultura)	Minifundio; viñedos de viníferas en parral y espaldera; cultivo de uvas viníferas e uvas de mesa.	Latifundio y propiedades medianas con viñedos en espaldera que posibilitan mecanización.	Latifundio y propiedades medianas en espaldera y parral; riego y mecanización.	Viñedos de pequeño y medio porte en espaldera; telas de protección anti granizo.
Creencias (identidad territorial)	"Cuna de la vitivinicultura brasileña"; Bento Gonçalves como el epicentro del valle, agricultura familiar y cooperativismo.	Otra alternativa a la Serra Gaúcha, diversificación de terroir. Rescate de un terroir marginal. Región de batallas históricas do RS.	Productores y exportadores de frutas de calidad (uva, entre ellas); agroindustria. Innovación; viticultura tropical en el semiárido Nordeste.	La altitud es un factor potencial para obtener uvas de calidad; São Joaquim epicentro de la viticultura; ruta del "tropicalismo".
Espacio (enoturismo)	Concentración espacial de vinícolas en el valle, estructura para el enoturismo regular, itinerario señalizado; presencia de medios de hospedaje y alimentación. Proximidad a Caxias do Sul e Porto Alegre. Creación de la Zona de Protección al Paisaje del Vale dos Vinhedos en 2007.	Distribución dispersa de las vinícolas en el espacio; pocas vinícolas como enoturismo regular; ciudades vecinas con poca estructura para acoger a los turistas; distante de los grandes centros emisores de turistas.	Vinícolas a la vera del río São Francisco; itinerario fluvial "Vapor do Vinho"; dos vinícolas con enoturismo regular. Proyecto de creación de la Enoteca Pública en Lago Grande. Aeropuerto en Petrolina.	Vinícolas y viñedos más dispersos. No todas con enoturismo regular o estructura para la actividad. Atractivos naturales y culturales en el entorno Ciudad de São Joaquim con infraestructura todavía precaria. Rio do Rastro Eco Resort y hoteles-hacienda en las proximidades.

Fuente: los autores, con base en análisis de contenido de tesis y disertaciones publicadas por universidades brasileñas disponibles en la plataforma en línea Sucupira de CAPES (2017)

El contexto histórico, cultural y natural de cada valle tiene un fuerte impacto en la manera en que se forma el paisaje y se desarrolla el enoturismo. Mientras en el Vale dos Vinhedos el enoturismo fue una consecuencia de la prosperidad de la viticultura en un territorio cargado de historia y tradiciones de

los inmigrantes italianos, en los demás valles la viticultura surgió conjuntamente al enoturismo a partir de inversiones de nuevos actores rurales externos.

Dichos territorios poseen dinámicas particulares: en el caso de la Campanha Gaúcha, el rescate de un territorio marginal marcado por extensas planicies de la pampa tiene un potencial de expansión vitícola de suma importancia. Sin embargo, el enoturismo enfrenta desafíos como la consolidación de una ruta del vino que sea viable frente a vinícolas alejadas entre sí y de los grandes centro emisores.

A su vez, en el Vale dos Vinhedos, a pesar de los beneficios económicos de una actividad consolidada, el franco crecimiento del enoturismo en la región también representa amenazas a la preservación del paisaje. La especulación inmobiliaria y las ocupaciones irregulares resultantes de la expansión urbana generan amenazas al paisaje vitícola más tradicional de Brasil. Se reafirman aquí las preocupaciones de Elias (2008) y Costa (2010) sobre la creación de mecanismos de protección efectiva de este patrimonio rural.

La participación de los institutos de investigación – EMBRAPA Uva e Vinho, EMBRAPA Semiárido y EPAGRI – que hagan viable la viticultura en regiones donde el clima representa un desafío, tiene fundamental importancia. Si a casi un siglo y medio los inmigrantes italianos supieron manejar las adversidades de la Serra Gaúcha y consolidar el Vale dos Vinhedos no sólo como productores y exportadores de vinos de calidad (con el respaldo de una denominación de origen) sino como un destino de enoturismo consolidado en Brasil, dicho escenario optimista puede ser vislumbrado en las demás regiones del país.

Los nuevos territorios del vino surgidos hace poco menos de veinte años señalan que el enoturismo ha sido foco de atención, no sólo como actividad complementaria a la producción de vinos sino también como estrategia importante para la promoción de estos destinos y la venta de los productos allí originados. Ejemplo de este fenómeno es la fundación de asociaciones de productores enfocadas en el desarrollo del turismo como APROVALE, ACAVITIS y Vinhos da Campanha. Las últimas dos creadas concomitantemente con el surgimiento de las propias vinícolas.

Elias (2008) destaca la importancia de la valoración de estos paisajes como un medio de preservación de la cultura de una sociedad y apunta al proceso de patrimonialización de paisajes culturales por la UNESCO y demás institutos regionales como una herramienta para alcanzar este objetivo. Según el mismo autor, los paisajes vitícolas están contemplados por la UNESCO como “Paisajes evolucionados orgánicamente y continuos” pues aún tienen un rol activo en la sociedad. Los paisajes culturales con viñedos empezaron a ser patrimonializados por la UNESCO a partir de la década de 1990 gracias al continuo, sustentable y relevante rol humano en la formación del paisaje.

A título de ejemplo en Brasil, Costa (2010) propone la patrimonialización del Vale de los Vinhedos al considerarlo un bien de relevancia nacional con fuerte dimensión histórica y simbólica al representar la apropiación de las condiciones físicas de la Serra Gaúcha por parte de los inmigrantes italianos y por

la relación intrínseca entre el ambiente y la cultura local. La autora defiende que dicho título ayudaría a garantizar la preservación del paisaje amenazado por la ocupación irregular o la especulación inmobiliaria que desnaturaliza el paisaje. El título podría ser concedido por el órgano nacional competente, el *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* (IPHAN), conforme lo sugiere la misma autora.

Vislumbrando un posible reconocimiento futuro de los paisajes del vino brasileño, se elaboró la Tabla 2 con una breve descripción de los paisajes culturales del Vale dos Vinhedos (RS), São Joaquim (SC), Campanha Gaúcha (RS) y Vale do São Francisco (BA/PE), asociando el enoturismo a su entorno, seguido de imágenes que ilustren la diversidad acá discutida.

Tabla 2: Síntesis de los paisajes culturales del viñedo brasileño

Vale dos Vinhedos
Región serrana del nordeste del RS, zona rural de los municipios de Bento Gonçalves (sobretudo), Garibaldi y Monte Belo do Sul. Viñedos en pérgola – legado de la migración italiana – y espaldera comparten el espacio con viviendas de la comunidad involucrada en la vitivinicultura. Mosaico de viñedos en colinas del valle rodeados de mata atlántica. Paisaje mientras recurso turístico es explorado en el itinerario y en visitas guiadas. Destino de enoturismo consolidado. Creación de la Zona de Protección al Paisaje del Vale dos Vinhedos en 2007 apunta preocupación en virtud del avance de la urbanización de la ciudad de Bento Gonçalves y la especulación inmobiliaria que desnaturalice el paisaje.
Campanha Gaúcha
Planicies del bioma del pampa gaucho, viñedos en espaldera en un medio rural “más intacto” distante de los centros urbanos, con lagos, charcos e extensos campos de pecuaria. Región con fuerte, fue campo de batallas importantes en la historia gaúcha.
Vale do São Francisco
Interior semiárido nordestino, bioma <i>caatinga</i> viñedos al borde del río São Francisco. Grandes extensiones de viñas en p y espaldera en distintos niveles del ciclo vegetativo debido al riego y el clima cálido que induce al crecimiento durante todo el año. Viñedos diseñados para la mecanización. Producción de otros cultivos de fruticultura - mango - en el entorno.
São Joaquim
Serra Catarinense, grandes altitudes, mata nativa predominada por araucárias, atractivos naturales de la Serra do Panelão, do Rio do Rastro y del Parque Eólico. Viñedos en espaldera y vinícolas dispersas a lo largo de una ruta sin una señalización uniforme. Paisaje mientras recurso turístico es explotada en más vinícolas que ofrecen visita guiada. Posibilidad de nieve en el invierno. Paisaje mutable conforme la estación del año debido al ciclo vegetativo de la vid.

Fuente: Los autores, con base en Elias (2008; 2014) y Costa (2010)

CONSIDERACIONES FINALES

La hipótesis planteada de que los sistemas culturales impactan directamente en la estética de los paisajes del viñedo brasileño, en la construcción de la identidad territorial y en el desarrollo del enoturismo en distintos terruños y contextos socio-históricos se confirmó. A su vez el abordaje etnogeográfico propuesto por Bonnemaïson y Elias se mostró apropiado para la comprensión del fenómeno.

La diversidad de *terroirs* del vino acá presentados – desde la frontera de Rio Grande do Sul con Uruguay hasta las orillas del río São Francisco en la divisa de Bahia y Pernambuco – rompen las tradicionales fronteras de la vitivinicultura mundial y demuestran cómo el hombre logró gradualmente adaptarse a las condiciones impuestas por la naturaleza para hacer el cultivo posible en lugares

impensables o considerados inviables (por ejemplo la viticultura tropical en los áridos campos del nordeste de Brasil y la viticultura de altitud en una de las zonas más frías del país, la sierra catarinense en el sur).

Finalmente, la extensión del territorio brasileño es uno de los indicadores del potencial de la vitivinicultura y del enoturismo como estrategia de desarrollo regional en áreas rurales. En un país con historia de éxodo rural y ciudades superpobladas con infraestructura colapsada el desarrollo rural es una agenda de extrema importancia que debe ser fomentada. La diversa paleta de paisajes del viñedo que Brasil tiene posibilidad de ofrecer representa un amplio recurso que el enoturismo tiende a disfrutar.

Reconocer en Brasil el valor del campo en un país con una imagen tan pautada en el turismo de sol y playa es reconocer su diversidad de paisajes culturalmente contruidos, cargados de identidad y que hoy representan una nueva perspectiva de ruralismo. Un ruralismo que encuentra en la viticultura una alternativa de revalorización de su patrimonio. La valorización de un campo que en Brasil tuvo una imagen asociada al retraso y la precariedad y que hoy despunta como una nueva alternativa al desarrollo regional.

Los autores agradecen al Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico – CNPq/Brasil por el financiamiento de la investigación por intermedio del proyecto n° 303570/2017-2.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, A. D.; Sheridan, L. & Scherres, P.** (2008) "Importance of tasting room for Canary Islands' wineries". *British Food Journal* 110(10): 977-988
- Alonso, A. D.** (2009) "Wine, tourism and experience in the Canary Islands context". *Tourism - An International Interdisciplinary Journal* 57(1): 7-27
- Alonso, A. D. & Liu, Y.** (2011) "The potential for marrying local gastronomy and wine: the case of the fortunate islands". *International Journal of Hospitality Management* 30: 974-981
- Alonso, A. D. & Liu, Y.** (2012) "The challenges of the Canary Islands wine sector and its implications: a longitudinal study". *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 10(3): 345-355
- Ali-knight, J. & Carlsen, J.** (2003) "An exploration of the use of 'extraordinary' experiences in wine tourism". In: Lockshin, L. & Rungie, C. (Eds) *Proceedings of the International Colloquium in Wine Marketing*. Wine Marketing Group. University of South Australia. Adelaide, pp. 5-13
- Aprovale - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos** (2016) "Vale dos Vinhedos: na contramão da crise". Disponível em <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/viewdestaque.php?view=496&cnid=1>. Acesso em 23, nov, 2018
- Asero, V. & Patti, S.** (2009) "Prodotti enogastronomici e territorio: la proposta dell'enoturismo". In: Becheri, E. (Ed.) *XVI Rapporto sul turismo italiano*. Franco Angeli, Milano, pp. 637-668

- Bizinelli, C.; Manosso, F.; Gimenes-Minasse, M. & Souza, S.** (2014) "Enoturismo e turismo de experiência: novas possibilidades para a inclusão de pessoas com deficiência visual - Vinícola Dezem (Toledo, Paraná, Brasil)". *Turismo e Sociedade* 7(3): 495-522
- Bonnemaison, J.** (2005) "Culture and space: Conceiving a new cultural geography". I. B. Tauris, London
- Brown, G. & Getz, D.** (2005) "Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations". *Journal of Travel Research* 43: 266-276
- Bruwer, J.** (2003) "South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product." *Tourism Management* 24: 423-435
- Bruwer, J. & Alant, K.** (2009) "The hedonic nature of wine tourism consumption: an experiential view". *International Journal of Wine Business Research* 21(3): 235-257
- Carlsen, J.** (2004) "A review of global wine tourism research". *Journal of Wine Research* 15(1): 5-13
- Carmichael, B. A.** (2005) "Understanding the wine tourism experience for winery visitors in the Niagara Region, Ontario, Canada". *Tourism Geographies* 7(2): 185-204
- Capes** (2017) "Plataforma Sucupira: banco de teses e dissertações". Disponível em linha: <http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em 10/11/2017
- Capitello, R.; Begalli, D. & Agnoli, L.** (2013) "A new approach to the analysis of the visitor perceptions for a destination: the role of food and wine experiences". *Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development* 13(1): 1-8
- Costa, L. C. N.** (2010) "Enoturismo e paisagem cultural: a vitivinicultura em nova proposta". *Rosa dos Ventos* 2(1): 112-124
- Dias, P. & Vital, T.** (2012) "O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale do São Francisco: um segmento em expansão". *Revista Turismo em Análise* 23(3): 643-662
- Di Méo, G.** (2004) "Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités". *Annales de Géographie* (13): 339-362
- Elias, L. V.** (2008) "Paisaje del viñedo: Patrimonio y recurso." *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 6(2): 137-158
- Elias, L. V.** (2014) "El paisaje del viñedo: su papel en el enoturismo". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 1(3): 12-32
- Falcade, I.** (2011) "A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil)". Tesis Doctorado en Geografia. Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre
- Falcade, I.** (2005) "Indicações geográficas: o caso da indicação de procedência Vale dos Vinhedos". Dissertação Maestría en Geografia. Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre
- Flores, S. S.** (2015) "Vitivinicultura sustentável no contexto do Brasil: uma proposta de abordagem". Tesis Doctorado en Geografia. Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre
- Flores, S. S.** (2011) "Desenvolvimento territorial sustentável a partir dos territórios do vinho: o caso dos Vinhos da Campanha". Disertación Maestría en Geografia. Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre

- Fuller, P.** (1997) "Value adding the regional wine experience". Australian e New Zealand Wine Industry Journal 12(1): 35-39
- Gabardo, W. O. & Valduga V.** (2017) "Colher e pisar a uva: encenação da tradição para o enoturismo. O caso da Festa da Vindima da Vinícola Araucária,/Paraná/Brasil". Anales. X Congresso Brasileiro de Turismo Rural, UFSM, Santa Maria
- Galvão, P. L. A.** (2006) "Enoturismo e dinâmicas sócio-espaciais no Vale do São Francisco, PE". Dissertação Maestría en Geografia. UFPE, Recife
- Getz, D.; Dowling, R.; Carlsen, J. & Anderson, D.** (1999) "Critical success factors for wine tourism". International Journal of Wine Marketing 11(3): 20 - 43
- Getz, D.** (2000) "Explore wine tourism: Management, development and destinations". Cognizant Communication Corporation, New York
- Haesbaert, R.** (2004) "O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade". Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- Hall, C. M.; Sharples, L.; Cambourne, B. & Macionis, N.** (Orgs) (2004) "Wine tourism around the world: development, management and market". Hardcover, Oxford
- Hojman, D. E. & Jones, P. H.** (2012) "Wine tourism: chilean wine regions and routes". Journal of Business Research 65(1): 13 – 21
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (2017) Disponible en www.ibge.gov.br. Aceso en 15/12/2017
- IBRAVIN - Instituto Brasileiro do Vinho** (2017) Disponible en www.ibravin.org. Aceso en 15/12/2017
- Leiper, N. & Carlsen, J.** (1998) "Strategies for winery managers contemplating tourism markets. A case history: What happened to a winery positioned to remain on the fringe?" In: Dowling, R. & Carlsen, J. (Org) Wine tourism: Perfect partners. Proceedings of the First Australian Wine Tourism Conference. Margaret River, Western Australia, pp. 197-208
- Lima, M. E. A.** (2003) "Análise de discurso e/ou análise de conteúdo". Psicologia em Revista 9(13): 76-88
- Losso, F. B.** (2010) "A produção de vinhos finos de altitude na região vitivinícola de São Joaquim (SC): uma alternativa para o turismo?" Disertación Maestría en Turismo y Hotelaria. UNIVALI, Balneário Camboriú
- Marzo Navarro, M. & Pedraja Iglesias, M.** (2012) "Critical factors of wine tourism: incentives and barriers from the potential tourist's perspective". International Journal of Contemporary Hospitality Management 24(2): 312-334
- Massey, D. B.** (2008) "Pelo espaço: por uma nova política da espacialidade". Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- Mitchell, R.; Charters, S. & Albrecht, J. N.** (2012) "Cultural systems and the wine tourism product". Annals of Tourism Research 39(1): 331-335
- Nowak, L. I. & Newton, S. K.** (2006) "Using the tasting room experience to create loyal customers." International Journal of Wine Marketing 18(3): 157-65
- Pine II, B. J. & Gilmore, J. H.** (1998) "The experience economy: Work is theatre and every business a stage". Harvard Business School Press, Boston

- Quadri-Felitti, D. & Fiore, A. M.** (2012) "Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism". *Journal of Vacation Marketing* 18(1): 3-15
- Roberts, L. & Sparks, B.** (2006) "Enhancing the wine tourism experience: the customers viewpoint." In: Carlsen, J. & Charters S. (Eds) *Global wine tourism: Research, management & marketing*. CAB International, Cambridge, pp. 47-55
- Sanders, D.** (2004) "Wine tourism and regional development: a case study of the Margaret River wine region - Western Australia". In: Carlsen, J. & Charters, S. (Org) *International wine tourism*. International Wine Tourism Conference, Margaret River, Western Australia. Vineyard Publications, Perth, pp. 1-13
- Saquet, M. A.** (2007) "Abordagens e concepções de território". *Expressão Popular*, São Paulo
- Sartori, A.; Mottironi, C. & Corigliano, M.** (2012) "Tourist destination brand equity and internal stakeholders: an empirical research". *Journal of Vacation Marketing* 18(4): 327-340
- Silva Barbosa, F.; Viegas, C. V.; Dos Santos, A. S. & Sellitto, M. A.** (2017) "Rutas de turismo en la Región de la Campaña Gaúcha. El caso de la Estancia del Vino Guatambu en Don Pedrito (RS – Brasil)". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 26(3): 718-730
- Simeon, R. & Sayeed, L.** (2011) "Examining the online wine tourism experience of California wineries". *International Journal of Online Marketing* 1(1): 24-40
- Souza, M. L.** (2006) "A prisão e a ágora: reflexões em torno da democratização do planejamento e da gestão das cidades". *Bertrand Brasil*, Rio de Janeiro
- Tonini, H.** (2007) "Estado e turismo: políticas públicas e enoturismo no Vale dos Vinhedos". *Disertación Maestría en Turismo*. UCS, Caxias do Sul
- Tonini, H. & Lavandoski, J.** (2011) "Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS)". *Revista Turismo em Análise* 22(1): 25-43
- Urry, J.** (2001) "O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". *Studio Nobel*, São Paulo
- Valduga, V.** (2007) "O processo do desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos". *Disertación Maestría en Turismo*. UCS, Caxias do Sul
- Valduga, V.** (2011) "Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi - 1870 A 1960 (RS/Brasil)". *Tesis (Doctorado en Geografía)*. Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre
- 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
- Willians, P.** (2001) "The evolving images of wine tourism destination". *Tourism Recreational Research* 26(2): 3-10
- Zanini, T. V.** (2007) "Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE)". *Disertación Maestría en Turismo*. UCS, Caxias do Sul

Recibido el 07 de junio de 2018

Reenviado el 30 de agosto de 2018

Aceptado el 02 de septiembre de 2018

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués