

EL ENOTURISMO EN BRASIL

Un análisis territorial en el Estado de Rio Grande do Sul (Brasil) desde 1870 hasta 1970

Vander Valduga^{*}
Universidad Federal do Paraná
Curitiba, Brasil

Resumen: El presente trabajo considera las relaciones entre el Estado, la vitivinicultura y el turismo en Rio Grande do Sul a partir de la inmigración italiana. El estudio enfoca el período comprendido entre los años 1870 y 1970 en la región colonial italiana, en la costa del planalto del Estado. Analiza el fomento y la patrimonialización del vino y las actividades vitivinícolas por parte del Estado por medio de diferentes vectores territoriales como el apoyo a los eventos regionales, el turismo y otras acciones estatales que buscaban repetir las acciones políticas estatales y nacionales a escala local. Se utilizó la investigación histórica y documental y para el tratamiento de las fuentes se recurrió a la metodología de análisis de contenido. Los resultados sugieren que el turismo y el vino ganaron fuerza como vectores de promoción territorial y como agentes de reterritorialización de una masa de inmigrantes desterritorializados. Se identificó una relación dialógica entre el Estado y los inmigrantes italianos y sus descendientes en un juego de autonomía y dependencia, con apoyo al sector vitivinícola en la construcción de una realidad que permitió el desarrollo del turismo del vino en esa región. A partir de este escenario se denominó a la región como territorio del vino en el contexto de Rio Grande do Sul. El trabajo también permitió la construcción de una matriz espacio-temporal configurando algunas fases de la vitivinicultura y del turismo del vino en esa región.

PALABRAS CLAVE: enoturismo, territorio, vitivinicultura, evolución histórica, Rio Grande do Sul (Brasil).

Abstract: The Wine Tourism in Brazil. A Territorial Analysis of the State of Rio Grande do Sul from 1870 to 1970. The present paper considers the relations among the State, the viticulture and tourism in the Rio Grande do Sul State from the Italian immigration context. This research focus the period from 1870 to 1970, with emphasis in the Italian colonial region located in the State upland slope. It analyses the promotion and the heritage preservation of the wine and the viticultural activities by the State through different territorial vectors, such as the support to regional events, wine tourism and other public actions that aimed to highlight State and National Politics in a local scale. This study used historical and documentary research and the treatment of the sources was conducted by the content analysis methodology. The results suggest that tourism and wine acted as territory promotion vectors and as agents for reterritorialization of a deterritorialized immigrant mass. It was identified a dialogical relation between the State and the Italian immigrants and their descendants, in a game of autonomy and dependency, providing support to the wine industry and building a reality that allowed

^{*} Doctor en Geografía por la Universidad Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Bachillerato y Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil. Se desempeña como Profesor del Departamento de Turismo de la Universidad Federal do Paraná, Curitiba, Brasil. E-mail: vandervalduga@gmail.com

the wine tourism development in that region. From this scenario, the region was considered a wine territory in the Rio Grande do Sul context. This investigation also allowed the construction of a spatiotemporal correlation matrix, organizing some viticulture and tourism phases in the region.

KEY WORDS: *wine tourism, territory, viticulture, historical evolution, Rio Grande do Sul State (Brazil).*

INTRODUCCIÓN

El área de tierras de la costa del planalto de Rio Grande do Sul (RS) formaba parte de las tierras desocupadas por el Imperio y destinadas a recibir a los colonos italianos durante la última etapa de población de Rio Grande do Sul (a partir de 1875). La misma está ligada al proceso de sustitución de la mano de obra y a la política de inmigración y colonización del Gobierno Imperial (Giron, 1996: 47). La inmigración estuvo ligada al proceso de sustitución del trabajo esclavo por el trabajo libre en el proceso de expansión capitalista a escala mundial. Inicialmente esos inmigrantes conformaban la mano de obra cafetera en São Paulo, preocupación central de Brasil. Los núcleos de pequeños propietarios agrícolas que practicaban una economía de subsistencia servían como señuelo para atraer nuevos inmigrantes que eran 'desviados' a las haciendas de café (Pesavento, 1983: 21).

La expansión del capitalismo europeo después de iniciada la Revolución Industrial muestra la concentración de la producción y su ampliación determinada por la abundancia de mano de obra, fruto de la explosión demográfica ocurrida en el siglo XVII. Se vincula el crecimiento de la producción al de la oferta de mano de obra, y cuando el crecimiento se estabiliza y se organiza a través de los movimientos sindicales *"la solución será la expansión en dirección a los mercados coloniales"* (Giron, 1996: 48-49). Esos inmigrantes europeos fueron traídos con el objetivo de continuar el trabajo iniciado por los inmigrantes alemanes a principios de ese siglo (blanquear la población brasileña). La sustitución de la mano de obra servil por el trabajador blanco europeo vinculado al racismo que dominaba la época y la política de colonización ligada a la necesidad de producción de alimentos para los nuevos núcleos urbanos fueron los factores determinantes de la inmigración europea (Giron, 1996; Lobo, 1980).

En la actualidad 30 municipios de Rio Grande do Sul se caracterizan por la presencia de actividades turísticas ligadas al vino, práctica social llamada enoturismo. Es una región de características semejantes en su territorialidad, dotada de acuerdos regionales que la configuran política y económicamente. Esta área fue denominada Región Uva y Vino a mediados de la década de 1990 de acuerdo con las políticas de turismo federales (Valduga, 2011). Rio Grande do Sul es el mayor productor de uvas de Brasil. En 2011 concentró más del 55% de la producción nacional y en la producción de vinos fue responsable por el 90% (Instituto Brasileiro do Vinho, 2011). El estado recolectó 707,2 millones de kilos de uva, un 34,2% más en relación a la producción de 2010. Más del 60% provenía de Bento Gonçalves, representando el 25% de la producción nacional.

En este contexto se definió estudiar el período comprendido entre 1870 y 1970 justificado en el hecho de que existe una caracterización de la vitivinicultura realizada por Tonietto (2005) a partir de los criterios de producción de uvas de la inmigración italiana en RS:

- a. De 1870 a 1920 (1º período/generación): implementación de la vitivinicultura y la producción de vinos de uvas americanas;
- b. De 1930 a 1960 (2º período/generación): diversificación de productos y vinos de híbridos y viníferas;
- c. De 1970 a 1990 (3º período/generación): incremento de la calidad y vinos varietales;
- d. 2000 – en etapa de transición (4º período/generación): identidad para el vino brasileño y vinos con Indicación Geográfica.

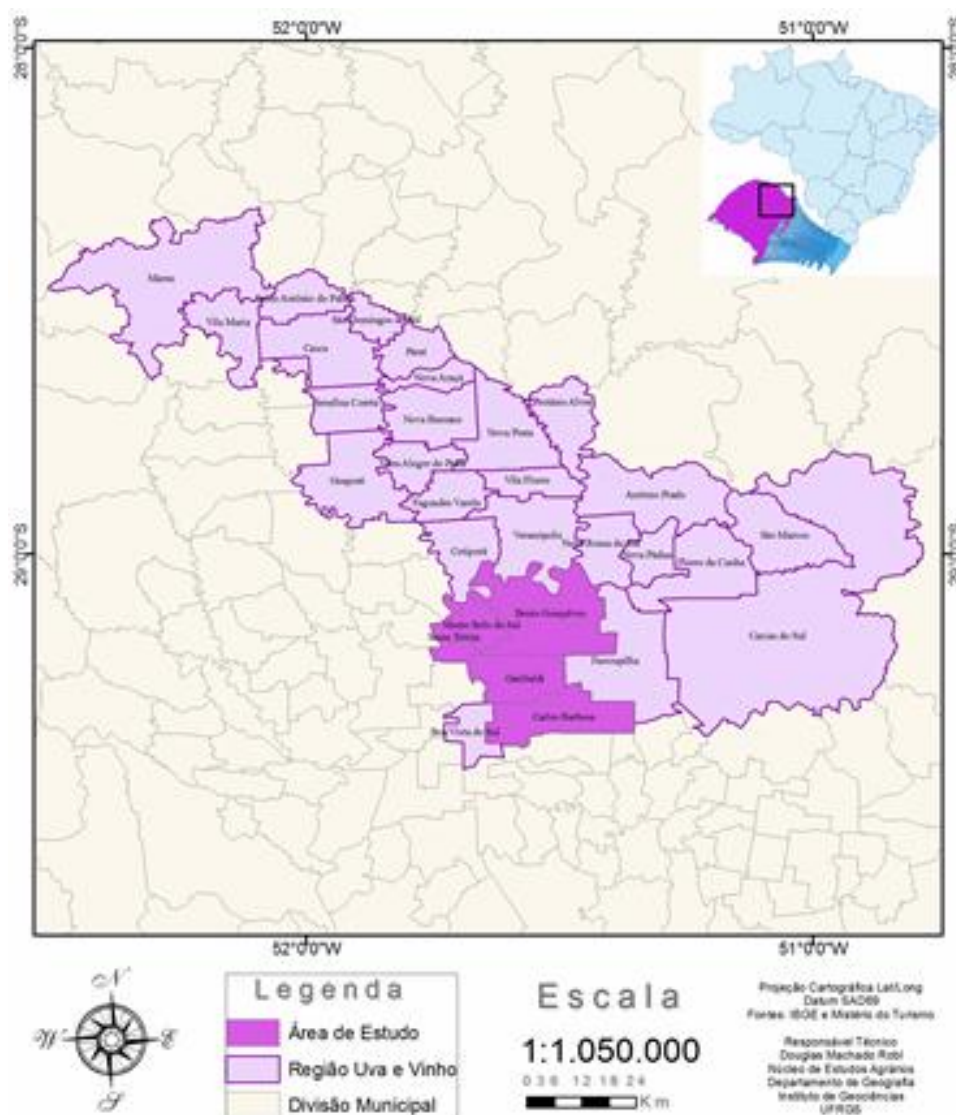
Las dos primeras etapas (a y b) fueron consideradas hasta 1970 porque la documentación permitió avanzar en el análisis. Finalmente se propuso la creación de una matriz de periodización en la cual se incorporó la actividad turística paralelamente a la vitivinicultura, redefiniendo algunas etapas.

En el contexto espacial la Figura 1 delimita el área de estudio comprendida por los actuales municipios de Bento Gonçalves, Garibaldi, Carlos Barbosa, Monte Belo do Sul y Santa Teresa (aunque hasta 1959 existían sólo los municipios de Bento Gonçalves y Garibaldi). Los otros municipios destacados se desprendieron posteriormente de esos dos.

A partir de la contextualización y delimitación del escenario y el tiempo de investigación surgió como problemática la siguiente pregunta: ¿Qué relaciones existían entre el Estado, la vitivinicultura y el turismo en la configuración territorial de esa región? ¿Cómo contribuyeron esas variables a conformar esa realidad regional? Mientras que los objetivos propuestos fueron los siguientes:

- a. Identificar y analizar el rol del Estado y sus relaciones con la vitivinicultura y el turismo en la región delimitada;
- b. Caracterizar y explicitar los orígenes del enoturismo en Brasil;
- c. Elaborar una matriz de periodización con los principales eventos identificados como importantes en esa configuración regional.

Figura 1: Delimitación del área de estudio



Fuente: Elaboración propia con ayuda técnica de Douglas Machado Robi

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Desde el punto de vista metodológico el trabajo es cualitativo y recurre a la investigación histórica, el análisis documental (Richardson, 1989) y el análisis de contenido (Bardin, 2009). La formación del cuerpo documental fue realizada a partir de las investigaciones en los archivos públicos de los municipios de Porto Alegre, Caxias do Sul, Garibaldi y Bento Gonçalves. La documentación fue fotografiada, catalogada en períodos de 10 años y categorizada para el análisis de contenido. Para elaborar la matriz de periodización se consideraron los principales eventos en el espacio/tiempo a partir de Arendt (1997) y Santos (2008).

La propuesta de crear una matriz de periodización tiene el objetivo de sistematizar los diferentes eventos en el curso del espacio y en el decurso del tiempo analizados. La elección de los eventos es un recurso metodológico a criterio del investigador aunque los eventos fueron dispuestos en el contexto del presente trabajo porque impactaron en el conjunto de las posibilidades considerando el mundo como un conjunto de posibilidades (Santos, 2008).

ENOTURISMO: UNA VISIÓN GLOBAL

El turismo del vino o enoturismo es una actividad destacada en diversos países europeos como Italia, Francia, España y Portugal (Darmaillac, 2009; Castaing, 2007; García et al, 2010) y de Oceanía como Australia y Nueva Zelanda (Hall et al, 2004). También se destaca en regiones vinícolas de Estados Unidos, Chile, Argentina (Schlüter, 2006), Uruguay y Brasil.

Las regiones vinícolas más tradicionales se convertirán en importantes destinos turísticos para los países, con características peculiares que involucran paisajes, estructura, servicios de apoyo, gastronomía local, hospedaje, agroindustrias, entre otros. La organización del sistema de enoturismo puede darse vía asociaciones, redes, grupos de organizaciones y grupos de acciones como la Asamblea de las Regiones Vinícolas de Europa – AREV, que reúne 17 países y sus regiones vinícolas (Hall, 2001).

En Francia, las regiones como Bordeaux, Champagne, Borgoña, Alsacia y el Valle de Loire entre otras están consolidadas en el enoturismo, aunque la actividad es reciente y remite a la década de 1990, a excepción de Borgoña que en 1934 creó la *Route des Grands Crus*, la primer ruta enogastronómica de Francia (Laferté, 2002). La oferta francesa tiene cerca de 5.000 bodegas abiertas al público y el 82% de los enoturistas son europeos y de los países importadores de vino francés. El mercado de enoturismo puede representar del 15 al 20% de las ventas de las empresas vinícolas de Francia (Darmaillac, 2009).

En Italia en 1993 se creó el Movimiento de Turismo del Vino – MTV y el día de las bodegas abiertas para promover la actividad e involucrar a los productores en el enoturismo (MTV, 2013). La oferta italiana es diversificada de norte a sur y concentra en la región de Toscana sus principales atractivos enoturísticos. España tiene una oferta enoturística importante en las regiones de La Rioja, Ribera del Duero, La Mancha, Penedés y Priorat y sólo la región de Penedés recibió 430 mil personas en 2012 (Consorci de Promoció Turística de L'alt Penedès, 2013).

Portugal tiene diversas regiones vinícolas importantes, entre ellas la del Douro que produce el vino de Porto. La región vinícola del Douro se caracteriza por sus paisajes a la orilla del río homónimo y son patrimonio mundial de la humanidad desde 2001 (Douro, 2013). El país no posee datos específicos de enoturismo y su estrategia territorial integra el sector "Gastronomía y Vinos" como uno de los 10 productos estratégicos para el desarrollo del país.

En Estados Unidos las regiones vinícolas de California reciben anualmente cerca de 4,5 millones de turistas y son el segundo mayor destino turístico de California después de Disneylandia. El estado de California recibe anualmente cerca de 8 millones de personas que gastan cerca de 300 millones de dólares al año en enoturismo (Hall et al, 2004).

En Australia los turistas domésticos gastaron en 2009 7,1 billones de dólares en enoturismo. Es un segmento importante que genera más de 200.000 empleos y distribuye el ingreso fuera de las grandes ciudades. El mismo año 660 mil turistas extranjeros visitaron al menos una bodega en Australia (13%). Los turistas mayormente provienen del mercado asiático (18%) (Federação das Vinícolas Australianas, 2013).

Chile, Argentina, Uruguay y Brasil conforman en América del Sur una región enoturística importante destacándose las regiones vinícolas argentinas que recibieron 1.091.664 visitas en 2010. Mendoza lidera la oferta con 108 bodegas que representan el 64,8% de la oferta de enoturismo argentino. Desde 2004 -aunque con crecimiento irregular- los Caminos del Vino argentinos tuvieron un incremento de 158,1% (Bodegas de Argentina, 2010).

Los datos presentados ilustran la importancia que la actividad tiene en el mundo y sus impactos en las regiones vinícolas. Esto motivó estudios en diversos países con diferentes abordajes, desde estudios longitudinales en regiones vinícolas (Alonso, Sheridan & Scherres, 2008; Alonso, 2009; Alonso & Liu, 2011; Alonso & Liu, 2012), en la perspectiva de creación de rutas, planificación e imagen (López-Guzmán, Sánchez Cañizares & Rodríguez García, 2009; Bruwer, 2003; Hojman & Jones, 2012; Fuller, 1997; Williams, 2001) y desde el punto de vista de la demanda, las experiencias y el marketing en el turismo del vino (Marzo Navarro & Pedraja Iglesias, 2012; Brown & Getz, 2005; Simeon & Sayeed, 2011; Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Bruwer & Alant, 2009).

Según Mitchell & Hall (2006) los estudios en el área del enoturismo se expandirán a partir de 1990 con dos tercios de la literatura proveniente de Australia y Nueva Zelandia. Los autores identificaron siete áreas de concentración de investigaciones: los productos turísticos del vino y su desarrollo, el enoturismo y el desarrollo regional, el mercado del enoturismo y las bodegas, la segmentación de la demanda del enoturismo, el comportamiento del visitante, la naturaleza de la experiencia del visitante, y los riesgos y la bioseguridad en el área de visitas en las regiones vinícolas (Mitchell & Hall, 2006).

En el contexto brasileño el turismo del vino tiene manifestaciones puntuales en la región nordeste (Zanini, 2007; Galvão, 2006) y se consolida en la región sur de Brasil, sobre todo en los estados de Santa Catarina y Rio Grande do Sul. Los trabajos que estudiaron el tema sugieren que la actividad en Brasil se inició en esa región y se desarrolló de forma organizacional durante cerca de 40 años en Rio Grande do Sul (Falcade, 2001; Soares, 2004; Valduga 2007; Lavandoski, 2008, Tonini, 2008). El Valle de los Viñedos, ruta del enoturismo entre los municipios de Garibaldi, Bento Gonçalves y Monte Belo do Sul fue la primera región demarcada con la Denominación de Origen de Brasil y recibió en

2011 más de 228 mil personas (Aprovale, 2012). La práctica del enoturismo tiene sus orígenes en esa región y su vitivinicultura tiene una significativa influencia cultural por parte de la inmigración italiana (Falcade, 2001; Valduga, 2007; Lavandoski, 2008; Ribeiro, 2002; Tonini, 2008).

La amplitud de los estudios ligados al enoturismo muestra la permeabilidad de la actividad ligada a los aspectos de la ruralidad, la gastronomía, la economía, los paisajes y el impacto de los visitantes en las regiones vinícolas. Pero pocos estudios se han centrado en los procesos históricos y culturales de formación de las regiones vinícolas y este es uno de los propósitos del presente artículo.

DEL TERRITORIO AL TURISMO: UNA SÍNTESIS

El espacio es un organismo en transformación con muchas posibilidades y simultaneidades y no existe un punto de partida puro y original (Massey, 2008). Comporta diferentes configuraciones con aspectos materiales e inmateriales, espacios de vida y espacios vividos (Frémont, 1999), juegos de poder y delimitaciones político administrativas que son características de los territorios. Como categoría geográfica la perspectiva territorial permite amplios análisis. Haesbaert (2004) sintetiza la noción de territorio en tres vertientes: a) política, que se refiere a las relaciones de espacio-poder; o jurídico-política, la más difundida, donde el territorio es visto como un espacio delimitado y controlado a través del cual se ejerce un determinado poder; b) cultural o simbólico cultural, prioriza la dimensión simbólica y más subjetiva donde el territorio es visto como producto de la apropiación/valoración simbólica de un grupo en relación a su espacio vivido; y c) económica, enfatiza la dimensión espacial de las relaciones económicas y el territorio como fuente de recursos y/o incorporado en el embate entre las clases sociales y en la relación capital-trabajo.

El espacio se transforma en territorio a través de la materialización de sus construcciones y edificaciones, lo que presupone la instauración de dominios de una civilización sobre su existencia material en relación a la de sus congéneres (Haesbaert, 2004; Heidrich, 2000). En el abordaje territorial de la dimensión de poder/dominio/frontera es clara la constitución territorial que expone un territorio no definido por él mismo sino a partir de la imbricación de sus variables internas con las externas. En una sociedad donde el territorio y sus recursos son divididos de modos desiguales y gerenciados por las clases más fuertes, la inmovilidad y la mutación territorial son vistos en función de la conservación de los privilegios constituidos en defensa de los modos de producción que favorecen dichos privilegios (Turri, 2002).

Es fundamental comprender los procesos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización que relaciona un proceso con otro, es decir que el proceso de reterritorialización se da a partir de la desterritorialización y el territorio en sí acarrea la dinámica de la des-reterritorialización, compuesto por ensamblajes o asociaciones técnicas y colectivas de enunciación (Haesbaert, 2004).

Esta comprensión es fundamental para entender las dinámicas del turismo que se dan en una relación de espacio y tiempo y se pueden distinguir diferentes relaciones que se dan en el territorio turístico. La acción de planificadores y promotores territoriales muestra la existencia de territorios que pueden tener una armonía forzada para tornarse turísticos (Knafou, 2001). Según el autor esta perspectiva denota la primera relación entre turismo y territorio. La segunda relación que expone es la existencia de turismo sin territorio que se daría en “espacios-receptáculo” como los *center parcs* europeos. La última relación que el autor cita es la existencia de territorios turísticos, “*territorios inventados y producidos por los turistas más o menos incorporados por los operadores turísticos y por los planificadores*” (Knafou, 2001: 73). Es el territorio apropiado por los turistas en un acuerdo inicial entre pobladores, turistas, agentes y operadores turísticos con intencionalidad.

La turistificación parte de la apropiación de fracciones del espacio que tienen su lógica alterada por el turismo (Knafou, 2001). La turistificación permite una amalgama de las lógicas de ocio y de trabajo, pues los agentes turísticos y operadores tienden a instalarse en una fracción del espacio refuncionalizándolo. En este contexto, la invención del lugar turístico obedece a un doble movimiento: el primero de distorsión del uso dominante del lugar es el poder subversivo del turismo; y el segundo es la incorporación de nuevas territorialidades al lugar turístico, el poder de conquista del turismo. La subversión es interior en sentido inverso al orden establecido y la conquista es exterior por la incorporación al territorio existente de territorios suplementarios (Knafou, 1991).

En el ámbito de la intencionalidad en el proceso de turistificación la vertiente patrimonial es central en el territorio turístico. Un bien, actividad, valor o función se convierte en patrimonio a partir de la pérdida de su valor de uso esencial y el patrimonio es un vector, un catalizador de la función territorial, pues funda una memoria común especialmente cuando hay interés en fijar un determinado grupo a un territorio (Di Méo, 2004, Gravari-Barbas, 1995). El patrimonio se torna el estado en el cual se encuentran inmersos los objetos cuando son sometidos a cierto tipo de operaciones gestuales, escritas, cognitivas, semánticas, jurídicas y financieras. Se puede decir que asume una connotación menos rígida una vez que requiere un mínimo de cooperación para ser admitido colectivamente, aunque su dialéctica siempre permanezca (Heinich, 2009).

La dialéctica del patrimonio puede ser intensificada a partir del uso que se hace de él, como el turístico por ejemplo, lo que puede convertirse en una relación no siempre armónica debido a las diferentes territorialidades que se dan en el lugar turístico y a los diferentes tipos de relaciones entre turismo y territorio en el proceso de turistificación (Lander, 2004).

Es fundamental citar la intencionalidad de los agentes en la turistificación tanto de la población local como de los operadores y agentes de planificación, pues los recursos territoriales como el patrimonio pueden ser conducidos/destinados al uso del turismo en una lógica de co-constitución al mismo tiempo en que para que el patrimonio sea validado es necesaria la “mirada del otro”, y el turismo cumple esa función por su rol en la comunicación (Lazzarotti, 2003).

En síntesis, aunque los procesos de patrimonialización no tengan intencionalidad desde el punto de vista de la turistificación pueden tener intencionalidad en la reterritorialización. Son vectores territoriales que pueden llevar a la turistificación de espacios. En ese sentido, la formación regionalista en diversos países sobre todo en las primeras décadas del siglo XX obedeció a la misma lógica en lo que se refiere a los vectores territoriales como la patrimonialización anclada en productos locales, gastronomía, folclore, etc.

El caso más expresivo de una formación regionalista intencional y anclada en bases locales se podría decir que es el del regionalismo francés (Laferté, 2002; Lavenir, 1999). El turismo permite endosar (validar) las prácticas sociales internas de los agentes a través de la imposición de su visión del mundo en el complejo juego territorial que soporta el tejido social. En ese contexto se analizó el caso propuesto a fin de buscar una respuesta a la problemática sugerida inicialmente.

PRIMERA ETAPA DE LA VITIVINICULTURA: 1870 A 1920 – RIO GRANDE DO SUL

Con el cambio en la política agraria nacional en la segunda mitad del siglo XIX y la creación del Ministerio de Agricultura, Comercio y Obras Públicas el poder ejecutivo nacional pasó a actuar de forma intervencionista. Entre las diversas acciones previstas por ese órgano estaba la provisión de mano de obra por medio de una política de inmigración y colonización, la aplicación de la Ley de Tierras (que eliminó el sistema de sesmarías a partir de 1850), la aplicación del crédito regio y la promoción de la empresa agrícola industrial (especialización agrícola e introducción de máquinas) (Lobo, 1980). Hubo una intensa política de fomento a la producción agrícola en todo el país, con importación de plantas, semillas, tecnología, maquinarias y la promoción de ferias y premios a los productores que tuvieran iniciativas destacadas. Así, los informes del Ministerio de Agricultura, Comercio y Obras Públicas de 1872 a 1874 analizan los resultados de la donación a los Estados de São Paulo y Rio Grande do Sul de plantas de uvas importadas de Europa y Estados Unidos (Lobo, 1980).

La economía en las colonias inmigrantes era esencialmente agrícola. En 1885 en las colonias Conde d'Eu (actual Garibaldi) y Dona Isabel (actual Bento Gonçalves) la producción agrícola fue cuantificada (Cuadro 1).

Cuadro 1: Producción agrícola en la colonia Dona Isabel y Conde d'Eu en 1885

Colonia	Trigo*	Centeno*	Porotos*	Maíz*	Cebada*	Arroz*	Vino **
D. Isabel	25.284	24.221	30.367	52.770	6.497	755	10.168
Conde d'Eu	15.209	25.680	28.473	62.718	4.680	647	6.115

*Sacos de 60 kg ** Barril de 480 litros

Fuente: Archivo Histórico de Rio Grande do Sul (AHRs) – S. A. 051

En Conde d'Eu (Garibaldi) la producción agrícola de 1886 también fue cuantificada (Cuadro 2).

Cuadro 2: Producción agrícola en Conde d'Eu en 1886

Arroz*	Trigo*	Centeno*	Feijão*	Maíz*	Cebada*	Vino **
737	16.109	27.503	29.726	66.203	5.815	4.955
*Sacos de 60 kg ** Barril de 480 litros						

Fuente: Arquivo Histórico de Rio Grande do Sul (AHRs) – S. A. 051

La población en la Colonia Dona Isabel en 1884 era de 8.339 personas y en Conde d'Eu en 1886, era de 6.938 habitantes. Había una producción *per cápita* agrícola excedente en esa región (en la colonia sólo de vino). Dona Isabel en 1885 se estima que tenía una producción de casi 600 litros *per cápita*. El Estado comenzó a incentivar cada vez más la actividad vitivinícola que se consolidaría en las próximas décadas como la principal actividad económica regional.

En 1891 se fundó la Escuela de Agricultura y Viticultura de Taquari y siete años más tarde se inauguró la primera Estación Agronómica Experimental en la Chacra das Bananeiras en Porto Alegre. En ese período se contrató al enólogo italiano Lourenço Mônaco para fiscalizar la higiene en los municipios de Caxias do Sul y Garibaldi. Introdujo nuevas máquinas y técnicas de producción, importó plantas de uva de Argentina y creó la empresa Lourenço Mônaco & Cia. en Bento Gonçalves (Paz & Baldisserotto, 1997). Pellanda (1950) hace una síntesis de la actuación de la Estación Agronómica Experimental.

En 1898 enviaron 25.000 plantas por intermedio de la Casa João Adolfo da Fontoura Freitas para distribuir entre los colonos de Caxias do Sul, Antônio Prado, São Marcos, Alfredo Chaves, Ijuí, Bento Gonçalves, los agricultores de São Leopoldo y de Tristeza y los propietarios de chacras de esta capital [...]. Al año siguiente se importaron de Uruguay 20.000 plantas más [...]. La Estación Agronómica estudiaba la adaptación de las viníferas y comparaba los productos de las castas finas y las comunes, hacía injertos, etc. En 1901 comenzó a distribuir 8.800 plantas de producción propia hasta 1910 (Pellanda, 1950: 54).

Desde mediados del siglo XIX en la esfera federal y a partir de 1922 a escala estadual, los gobiernos habían previsto la instalación de estaciones experimentales. En la regulación de tierras del Estado de Rio Grande do Sul de 1922, el artículo 84 del capítulo IV especifica las actividades de las estaciones y en lo que compete a la vitivinicultura merece destacarse: 1) la organización de viveros de las especies y variedades de vides más aconsejables para las diferentes zonas del Estado; y 2) la creación del profesorado ambulante con profesionales de las estaciones experimentales de las zonas respectivas (AHRs, 1922). Este último brindaba asistencia técnica en la producción vitivinícola a los agricultores incentivando la vitivinicultura y dotando al territorio de medios técnicos (Massey, 2008).

Paralelamente a los incentivos técnicos el Estado promocionaba la vitivinicultura por medio del apoyo a eventos. El 21 de abril de 1899 en Pelotas, al sur de Rio Grande do Sul, se llevó a cabo la 1ª

Exposición Agrícola del Estado y en 1901 se realizó la Exposición Industrial de Porto Alegre con diversos productores de la región colonial italiana y donde se destacó Caxias do Sul que participó con 30 productores de vinos (Pesavento, 1983, Rodrigues, 1972). La primera Exposición de Uvas de gran porte se realizó en Garibaldi en febrero de 1913 bajo la administración del intendente municipal Affonso Aurélio Porto. Realizada en los salones del Club Borges de Medeiros contó con la presencia de 133 expositores de uvas y 20 expositores de vinos (AHMG, 1913), en una primera territorialización del espacio (Haesbaert 2004; Heidrich, 2000) y patrimonialización (Di Méo, 2004, Gravari-Barbas, 1995).

Un salto regional en la producción del vino fue la construcción de la línea de tren en las dos primeras décadas del siglo XX. El tren permitió unir la región con la capital del Estado y mejoró significativamente la distribución agrícola. Además, los primeros hoteles en la región fueron construidos en las márgenes de las estaciones ferroviarias de esos municipios, con excepción de Garibaldi que construyó el primer hotel que se registró en la colonia (Hotel Casacurta) a fines de la década de 1870 (AHMG, 2004). Con la llegada del tren se instalaron los primeros comerciantes en las márgenes de las estaciones ferroviarias y esto favoreció la acumulación capitalista formando la primera elite económica local una vez que los comerciantes pagaban las mercaderías a plazo a los agricultores. Esta elite urbana creó las principales industrias metalúrgicas y vinícolas de la primera mitad del siglo XX (Pesavento, 1983).

El apoyo estatal en diversos sentidos permitía el establecimiento de una vía de doble mano que fomentaba la actividad junto a los agricultores y se asociaba a las elites para apoyar a los industriales del vino en los eventos regionales. Esta primera etapa fue marcada por el rol del Estado como agente central de la vitivinicultura. Se había afirmado una nueva matriz agraria en la región realizándose la territorialización del espacio.

SEGUNDA ETAPA DE LA VITIVINICULTURA: 1930 A 1970 - RIO GRANDE DO SUL

En 1930 una fuerte crisis económica acometió al sector vinícola fruto de relaciones desiguales. Por un lado el Estado se asociaba al capital privado de los industriales y por otro lado los agricultores no soportaban más el peso de los impuestos cobrados por el gobierno estadual. Los más afectados fueron los colonos vitivinicultores y sus familias que para superar la crisis formaron cooperativas vinícolas uniendo sus capitales. Tanto los industriales como los colonos vitivinicultores buscaron alternativas a la crisis: los industriales buscaban la reducción de impuestos y el aumento de la promoción para aumentar el consumo; y los colonos buscaron la reorganización productiva vía cooperativas (AHMJSA, 1931a).

Con la reestructuración productiva la producción debía ganar mercado y había que encontrar alternativas. En la Italia de 1931 se había celebrado por segunda vez la fiesta de la uva debido a una superproducción nacional de uvas (6 billones de kilos). Según Celeste Gobbato, un enólogo e

influyente intelectual italiano traído desde Roma por el gobierno brasileño en 1912, *“todos los rincones de Italia celebraron la fiesta de la uva exigida por el patriótico gobierno nacional de la península y aceptada con entusiasmo por toda la población”*. Es importante destacar que Gobbato era un agente del fascismo italiano en Brasil y sus escritos tenían eco en la colonia. El evento italiano contó con la presencia de carrozas alegóricas y uvas colgadas en la calle y agrega que *“había interés tanto por parte del productor como del consumidor de que se difundiera en RS la fiesta anual de las uvas”* (AHMJSA, 1931b).

En base al modelo italiano se realizó la primera edición de la Fiesta de la Uva el 08 de marzo de 1931 en los salones del club Recreio da Juventude en Caxias do Sul. Fue más una exposición de uvas que una fiesta. El carácter festivo llegaría en la segunda edición en 1932. La Fiesta de la Uva fue el primer gran evento regional que generó interés nacional y demanda turística. Los municipios vecinos fueron invitados a exponer y ayudar en la organización y las cooperativas vinícolas destinaron parte de la ganancia a la organización de la fiesta. La Asociación de Comerciantes de Caxias se encargó de la organización y en un acta de 1931 consta que *“la Sociedad Vinícola, las Cooperativas Agrícolas y demás exportadores de vino aportan cinco réis por cada litro de vino exportado desde el 15 de noviembre hasta el cierre de la Fiesta de la Uva”*, para su organización (AHMG, 1931).

El interventor del Estado General Flores da Cunha anunció en los diarios su apoyo a la Fiesta de la Uva: *“A fin de incentivar la mayor convergencia posible de turistas y amateurs, el General Flores da Cunha concederá a las personas que deseen visitar la exposición un descuentos en sus boletos de tren”* (AHMJSA, 1932). La Fiesta de la Uva se caracterizó como ancla de turistificación, relacionando territorio y turismo (Knafou, 2001). La organización de la Fiesta de la Uva estuvo a cargo de una elite intelectual, política y económica urbana, ansiosa por mostrar el progreso material de la colonia y dejar atrás el aislamiento y los años de privación y miseria de las primeras décadas de la colonización. Por su carácter de exclusividad, en el contexto económico agrícola estadual la Fiesta era codiciada y se convertía en un gran evento político alcanzando prácticamente a la totalidad de la población regional ya que representaba los resultados de la producción industrial y agrícola y los valores construidos colectivamente tanto en el espacio urbano como en el rural (Valduga, 2011).

Se puede afirmar que el evento se tornó en patrimonio de la comunidad, pues asumido colectivamente y con intencionalidad funcionó como un catalizador de la función identitaria (Di Méo, 2004). El grupo se identificó con el territorio enarbolando un pasado de trabajo y proyectando un futuro en base a los mismos principios e ideas y a una memoria común. La Fiesta de la Uva fue el modelo de las fiestas regionales posteriores y su repetición (en 2012 se realizó la 28ª edición) la convirtió en un evento tradicional. La patrimonialización del vino resultó una característica explícita a partir de ese momento, aglutinando valores y permitiendo validar las prácticas internas por parte de los visitantes a partir de la “mirada del otro” (Lazzarotti, 2003).

El 21 de marzo de 1935 se fundó en el estado el *Touring Club* de Brasil (Sociedad Rio-Grandense de Turismo), con sede en Porto Alegre. El *Touring* actuó en la arquitectura del turismo estadual y regional y el *leitmotiv* fue la conmemoración estadual del Centenario Farroupilha durante el gobierno del General Flores da Cunha, que también fue Presidente del Consejo Honorario del *Touring*. En el diario *Correio do Povo* se lee que asistieron “más de 15 mil forasteros” al Centenario Farroupilha, que contó con cerca de 45 mil visitantes (AHMJSA, 1935).

El *Touring* organizó las primeras excursiones turísticas con destino a la región vinícola del Estado. El 05 de octubre de 1935 se envió un oficio a las prefecturas de Garibaldi y Bento Gonçalves informando sobre la visita de una excursión turística y solicitando apoyo para la recepción.

Con grata satisfacción ponemos en conocimiento de V.S. que el Touring Club de Brasil, sección de Rio Grande do Sul, efectuará en pocos días una gran excursión turística a la región vinícola rio-grandense, cuya finalidad es exhibir a los ojos maravillados de los innumerables forasteros que nos visitan atraídos por la conmemoración del Centenario Farroupilha, las fascinantes bellezas naturales y el dinámico progreso de nuestros municipios productores de vino, entre los que figura Garibaldi con interesantes y variados atractivos turísticos (AHMG, 1935).

El prefecto de Bento Gonçalves, Arlindo Barbosa, respondió el oficio al *Touring* diciendo que “cuanto más tarde, mejor será la impresión de los visitantes” (AHMBG, 1935), posiblemente en alusión a los paisajes vitícolas que en invierno pierden las hojas y en primavera están en la plenitud de su brote. Bento Gonçalves, Garibaldi, Caxias do Sul y los demás municipios productores de uva del entorno aparecen con su principal producto comercial, el vino. La excursión que formó parte de la conmemoración del Centenario Farroupilha siguió por Caxias do Sul, Garibaldi, Nova Trento y Farroupilha y duró 5 días (Hohlfelt & Valles, 2008). Fue el único evento fuera de la capital durante la conmemoración del Centenario Farroupilha.

El *Touring* actuaba en diversos frentes en el turismo do Rio Grande do Sul destacándose los eventos estatales como las Semanas de la Patria y el “Circuito da Boa Vizinhança”. Este circuito nació con la Segunda Guerra Mundial cuando buena parte del flujo turístico internacional empezaba a estancarse. En ese contexto el *Touring Club* de Brasil mandó una carta al Presidente de la República Getúlio Vargas el 25 de marzo de 1940 pidiendo ayuda para concluir las carreteras que unían Rio Grande do Sul con Argentina, Uruguay y Paraguay como vía turística alternativa a los barcos a vapor que ahora temían a los submarinos.

El viaje marítimo es incómodo para las personas que no se sienten bien a bordo y no ofrece los variados atractivos del viaje terrestre. El turista aspira ver y observar aspectos nuevos y sentir sensaciones inéditas. Disfrutará de una secuencia admirable de escenarios típicos y curiosidades, desde las colinas de Rio Grande do Sul a las sierras del Mar y la Mantiqueira (AHMJSA, 1940).

Los turistas de los países vecinos visitaban principalmente Rio de Janeiro y las estaciones hidrominerales brasileñas pero la intención era fomentar el turismo interno interestadual. Esta experiencia fue pionera en el contexto regional del turismo en Brasil, pues abarcaba 8 mil kilómetros de autovías incluyendo Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Curitiba, Asunción del Paraguay, Porto Alegre, Montevideo y Buenos Aires. Diversos diarios mostraron el recorrido del “Circuito da Boa Vizinhança”, con el propósito de enaltecer las “*posibilidades turísticas nacionales ante la Segunda Guerra*”, como informó el diario *Correio da Manhã* del 31 de marzo de 1940 en Rio de Janeiro.

En la década de 1950 el *Touring Club* continuó actuando en la esfera Estadual y Nacional. Presionó al presidente de Brasil Juscelino Kubitschek a crear en 1958 la Comisión Brasileña de Turismo (COMBRATUR), primer órgano federal de turismo. El Consejo Estadual de Turismo (CET) y la Secretaría Estadual de Turismo (SETUR), creados en 1950, exigieron a los municipios “con vocación” para el turismo que creen sus Consejos Municipales (Goidanich, 1993). Bento Gonçalves creó su Consejo Municipal de Turismo en 1965 por la Ley Municipal n° 171. Garibaldi creó el organismo en 1957 por la Ley 60/57 (AHMG, 1957).

La SETUR del Estado de Rio Grande do Sul incentivaba la organización de eventos en los municipios gaúchos y creó en la década de 1960 el calendario turístico de RS. Entre los eventos creados se pueden enumerar la 1° Fiesta da Serra en Canela (1962), la Fiesta del melocotón en Pelotas (1963); la Fiesta de las Rosas en Sapiranga, la Fiesta del Maíz en Guaporé y la Fiesta Nacional del Calzado en Novo Hamburgo (Goidanich, 1993). Mientras que en 1967 se creó en Bento Gonçalves la Fiesta Nacional del Vino (Fenavinho) en medio de la crisis de la vitivinicultura.

La Fenavinho se inspiró en la Fiesta de la Uva de Caxias do Sul y se hizo conocida nacionalmente desde su primera edición porque la visitó el presidente de la república Humberto de Alencar Castelo Branco. También se presentaron vinos en Guanabara (Rio de Janeiro) y fueron 11 gobernadores. Era necesario drenar el excedente de producción de vinos y colocar la producción de Bento Gonçalves en el escenario brasileño (AHMBG, 1969). La edición de 1967 contó con la participación de 100 mil personas. La segunda edición en 1971 y la tercera en 1975 contaron respectivamente con 110 y 140 mil visitantes.

La comisión organizadora del evento creó símbolos y elementos de identificación territorial, como el himno municipal y el himno del club de fútbol de la ciudad (Club Deportivo) donde se hacía mención al vino en sus estrofas. Mientras que Bento Gonçalves fue denominada por el Consejo Municipal de Turismo como la “Capital Brasileña del Vino”. La creación de símbolos ligados a la vitivinicultura continuó en las décadas siguientes, con la construcción de una iglesia y el pórtico del municipio con forma de barril de vino, etc. El municipio de Garibaldi también creó sus símbolos y en 1969 presentó su himno municipal asociando el vino y el turismo (Cuadro 3).

Cuadro 3: Himno de Garibaldi

Nesta data gloriosa
De tua emancipação
Nós queremos jubilosos
Te saudar numa oração!

Salve, salve, Garibaldi
Neste dia trinta e um
Salve! Salve!

Imigrantes te construíram, com bravura e destemor
Sacrifícios não mediram, pois te ergueram com amor
Garibaldi tua riqueza, são teus vinhos, teus trigais
Tuas colinas verdejantes, tuas belezas naturais.

O teu povo idealista, é também hospitaleiro
Sente-se em casa o turista nacional e estrangeiro
Tua igreja é das mais lindas, tua praça é um primor
Lá no alto a doce Ermida, testemunha fé e amor.

Tuas crianças, lindas flores, são alegres e sadias,
Com seus risos e folguedos, enchem tudo de harmonia
Tuas escolas são prá-frente, estudante são aos mil
Jovens fortes e briosos, esperança do Brasil.

Fuente: <<http://www.garibaldi.rs.gov.br>>. Acceso el 05 de abril de 2013

En este período es evidente que la patrimonialización del vino ya había sido asumida colectivamente, especialmente a partir de los mecanismos oficiales creados para el turismo y la creación de símbolos que permitirán formar memorias comunes. Así, el patrimonio asumió una connotación menos rígida, ya que requiere un mínimo de cooperación para ser admitido colectivamente (Heinich, 2009).

A mediados de la década de 1960 el Consejo Municipal de Turismo denominó a Garibaldi como “Metrópolis del Champagne”, que era el producto que identificaba al municipio por el carácter pionero de la empresa Peterlongo que producía esa bebida desde 1915. El Consejo y la prefectura habían creado algunas facilidades para instalar un nuevo hotel turístico como el Decreto-Ley que permitía la aplicación del 50% del impuesto al ingreso en proyectos turísticos (Valduga, 2011).

En 1967, David Afonso Antônio Santini, garibaldense radicado en Recife y empresario del rubro inmobiliario, volvió al municipio con el propósito de invertir en turismo y convertir a Garibaldi “*en una ciudad típicamente turística*” (AHMG, 1967). Sus motivaciones eran dos. La primera debido a las facilidades ofrecidas por el Consejo y la segunda debido a un viaje turístico por Europa (AHMG, 1971), donde pudo conocer el “*uso de una pista artificial de esquí*” en Suiza. El proyecto inicial de David Santini preveía la construcción de un hotel con forma de botella de champagne de 18 metros de base, 65 metros de altura y 25 pisos, que sería el “mayor champagne del mundo”. Al lado del hotel estaba prevista la instalación de una pista de patinaje sobre hielo con forma de taza y una pista de esquí, entre otros atractivos de invierno (AHMG, 1968a).

El proyecto del hotel no llegó a ejecutarse, pero en 1968 se inauguró extra oficialmente la Estación de Esquí Presidente Médici y en 1970 se inauguró oficialmente durante la clausura de la II

Semana de Turismo de Garibaldi. El proyecto contaba con una pista de esquí de 700 metros, un tobogán de 200 metros, restaurante y un teleférico con 40 sillas para paseos turísticos y transporte de los esquiadores.

La pista causó gran alboroto por el hecho de ser exclusiva en Brasil y América Latina en esa época y fue objeto de diversas notas periodísticas. Esto atrajo un gran flujo de turistas y deportistas que eran recibidos con vinos y espumantes (AHMG, 1968b). En 1970 se fundó en Garibaldi la Academia Brasileña de Esquí (AHMG, 1970) y en 1971 se realizó el 1° Campeonato Brasileño de Esquí.

Todo el contexto turístico de esa región involucra la vitivinicultura y todos los eventos contaron con un fuerte apoyo estatal, relacionando Estado, vino y turismo en una perspectiva de turistificación a partir del patrimonio del vino construido mediante mecanismos de aceptación de una colectividad y mostrando relaciones territoriales en el turismo. Así, se incorporó al territorio existente un territorio turístico suplementario (Knafou, 1991).

En las décadas siguientes se configuraron nuevos escenarios con la apertura de las bodegas al turismo en la década de 1970, la mejora de la producción vinícola y la estructuración del turismo de forma regional a partir de mediados de la década de 1980. Considerando los principales eventos de la región se propone la creación de una matriz de periodización que es presentada a continuación.

MATRIZ DE PERIODIZACIÓN: INTERESCALARIDAD EN EL TERRITORIO DEL VINO

Los eventos son vectores temporales que hacen que el espacio sea el resultado de la simultaneidad de acciones que se expresan en su materialidad, su uso y su interpretación por parte de los sujetos que lo habitan, usan o sólo pasan por él. Para las escalas dispuestas en la matriz, en lo que se refiere al ámbito municipal/local, se consideró el área analizada de los municipios de Garibaldi y Bento Gonçalves, aunque algunos eventos hayan impactado en otros municipios del entorno como la Fiesta de la Uva, por ejemplo.

La matriz se conformó a partir de dos ejes: en la columna vertical el eje de las sucesiones (tiempo) y en la columna horizontal el eje de las coexistencias (eventos). A partir de la visualización de los principales eventos dispuestos en la matriz se propuso una nueva periodización. Así, el Cuadro 4 presenta la matriz de periodización elaborada para el presente trabajo.

La interferencia de los eventos en las diferentes escalas se basó en el análisis de las fuentes recolectadas considerando su tiempo histórico. A partir de los eventos dispuestos en la matriz se elaboraron nuevas periodizaciones considerando algunas particularidades (una nueva periodización para la vitivinicultura y otra elaborada a partir de la perspectiva del turismo). Evidentemente no hay rigidez en cada período y coexisten algunas características y etapas transitorias.

Cuadro 4: Matriz de periodización: interescalaridad en el territorio del vino

Eje de las coexistencias >>				
Eje de las sucesiones >>	Evento/ Tiempo	Nacional	Regional Estadual	Local Municipal
		Etapa pre- vitivinicultura		
Primera etapa de la vitivinicultura (implantación y experimentación) 1875 a 1920	1850	Ley n° 601 - Ley de Tierras		
	1860	Creación del Ministerio de la Agricultura, Comercio y Obras Públicas		
	1870	Substitución del trabajo esclavo	Inmigración blanca en RS	Construcción del Hotel Casacurta en Garibaldi
	1875	Inmigración/mano de obra para labores del café		Inmigración Italiana para producción de alimentos. Estructura territorial de 24 a 30 hectáreas
	1885		Política de fomento agrícola	
	1887	Creación de la Imperial Escuela Agronómica de Campinas		
	1890			Emancipación de la colonia Dona Isabel (Bento Gonçalves)
	1891		Creación de la Escuela de Agricultura y Viticultura de Taquari	
	1898		Creación de la 1° Estación Agronómica Experimental en Chácara das Bananeiras, en Porto Alegre	
	1899		Creación del 1° Laboratorio Enológico del Estado en Porto Alegre	
	1900			Emancipación de la colonia Conde D'Eu (Garibaldi)
	1901		Realización de la Exposición Industrial de Porto Alegre	
	1907	Se funda en Rio de Janeiro el Automóvil Club de Brasil		
	1910			Llegada de La estación ferroviaria Santa Luiza al distrito de Garibaldi.
	1911			Inicio del cooperativismo vinícola
	1912			Contratación por parte del Estado del enólogo italiano Celeste Gobbato
1913			Realización de la primera Exposición de Uvas en Garibaldi	

Etapa pre- turística

	1914	Inicio de la Primera Guerra Mundial			
	1915		Interrupción del cooperativismo vinícola	Manoel Peterlongo Filho inicia la producción de <i>champagne</i> en Garibaldi	
	1917			Llegada de las vías a Garibaldi	
	1918	Final de la Primera Guerra Mundial			
	1919		Inicio del Veraneo en la Serra, hospedaje en los hoteles de las estaciones ferroviarias	Llegada de las vías a Bento Gonçalves	
Etapa de transición de la vitivinicultura-ra (tecnificación/burocratización): 1921 a 1930	1921			Creación por parte del Estado de la Estación Experimental de Viticultura y Enología en Caxias do Sul	Primera etapa del turismo (turismo espontáneo-neo): 1919 a 1930
	1922	Celeste Gobbato publica el libro " <i>Manual del Viti-Vinicultor Brasileño</i> "	Estado prevé la constitución de estaciones experimentales en el Reglamento de Tierras		
	1923	Se funda en Rio de Janeiro el <i>Touring Club</i> de Brasil			
	1926		Formación del sindicato arrocero. Modelo referencial a los industriales del vino		
	1928		Creación del Sindicato del Vino		
	1929		Decreto N° 4255 del Estado aprueba el Reglamento de los vinos de Rio Grande do Sul		
	1931	Se reanuda el movimiento cooperativista vinícola		Realización de la Fiesta de la Uva en Caxias	
	1932			Realización de la segunda edición de la Fiesta de la Uva	
Segunda etapa de la vitivinicultura (expansión): 1931 a 1971	1933		Fundación de la Federación de las Cooperativas Sul Rio-Grandenses de Vino	Segunda etapa del turismo (turistificación / burocratización):	
	1935		Se funda el <i>Touring Club</i> en RS. Conmemoración del Centenario Farroupilha en el Estado		
	1936		Es creado el Instituto Rio Grandense Del Vino en Porto Alegre		

1937	Presidente gaúcho Getúlio Vargas asume el "Estado Novo"		
1938			Creación de la Estación y el Laboratorio de Enología en Bento Gonçalves. Instalación de un Campo de Cooperación de la Secretaría Estadual de Agricultura en Garibaldi
1939	Inicio de la Segunda Guerra Mundial		
1940	Organización de la Semana de la Patria por los <i>Touring Clubs</i> brasileños y del Circuito de la Boa Vizinhança		Creación de las delegaciones del <i>Touring Club</i> en Bento Gonçalves y Garibaldi
1941		Edición de la primer guía turística del Estado por el <i>Touring Club</i>	Inauguración de la carretera federal uniendo Porto Alegre y Caxias do Sul
1942	Brasil entra en la segunda Guerra contra los países del eje		Inicio de los trabajos de la Estación y el Laboratorio de Enología en Bento Gonçalves.
1945	Fin de la Segunda Guerra Mundial		
1950		Ley n° 997 creó el Consejo Estadual de Turismo y el Servicio Estadual de Turismo.	Realización de la Fiesta de la Uva junto con la conmemoración del 75° Aniversario de la Inmigración Italiana
1953			Inauguración del nuevo Hotel Casacurta en Garibaldi
1957			Ley n° 60/57 creó el Consejo Municipal de Turismo de Garibaldi
1958	Juscelino Kubitschek creó la Comisión Brasileña de Turismo – COMBRATUR		
1959		Conmemoraciones del Día de la Vendimia en Garibaldi tutelado por la Asociación de los Viticultores de Rio Grande do Sul	Ley n° 3.646/59 creó la Escuela de Viticultura y Enología de Bento Gonçalves.
1965			Ley n° 171 creó el Consejo Municipal de Turismo de Bento Gonçalves
1967			Realización de la 1° Fenavinho

Etapa de transición (competición/adaptación):	1968	Realización del Festival de vino de Guanabara (RJ) con 11 gobernadores presentes		Inauguración extraoficial de la Estación de Esquí Presidente Médici, en Garibaldi	Etapa de transición (segmentación):
	1969			Primera reunión con 21 consejos municipales de turismo para debatir el tema. Creación del Himno de Garibaldi	
	1970	Fundación de la Academia Brasileña de Esquí en Garibaldi		Inauguración oficial de la Estación de Esquí Presidente Médici, en Garibaldi	
	1971	Realización del 1° Campeonato Brasileño de Esquí en Garibaldi	Creación de la Asociación de los Organismos Oficiales de Turismo	Realización de la 2° Fenavinho	
	1972	Primera transmisión de La televisión brasileña en colores con el evento Fiesta de la Uva, de Caxias do Sul			1971...
	1973			Asfalto de la carretera São Vendelino (RST 470)	
	1975			Construcción del Pipa Pórtico en Bento Gonçalves	

Fuente: Elaboración propia

Las etapas denominadas de pre-vitivinicultura y pre-turismo sólo se refieren a la escala de análisis. Para la vitivinicultura se propuso la siguiente periodización:

a) Primera etapa de la vitivinicultura (implementación/experimentación): 1875 a 1920. En este período se considera el proceso de ocupación a partir de la inmigración italiana y la implementación de la vitivinicultura con carácter experimental a partir de los incentivos del Estado. Fue el período de reterritorialización (Haesbaerth, 2004). Este período fue seguido por una etapa transitoria de tecnificación/burocratización entre 1921 y 1930. Esta transición se caracterizó por la expansión técnica de la vitivinicultura especialmente a partir de la implementación de estaciones experimentales previstas en la Ley de Tierras. Con la organización burocrática de la vitivinicultura surgieron los liderazgos económicos asociados al aparato estatal.

b) Segunda etapa de la vitivinicultura (expansión/exposición): 1931 a 1971. La Fiesta de la Uva fue un hito histórico en el contexto regional y nacional. La producción de vino pasó a otro nivel mereciendo el status de fiesta. El cooperativismo se estableció como contrapunto de la burocratización para superar la crisis. El vino fue patrimonializado construyendo una especie de mito

del colono italiano como héroe en la apropiación del espacio (Haesbaert 2004). Las condiciones técnicas y logísticas permitirían la expansión comercial y la racionalización de la producción vinícola. También se expandieron otras cadenas productivas como la de muebles y la metalurgia. Este período fue seguido por otra etapa transitoria a partir de 1972. La competencia en el mercado de vinos se aceleró, se instalaron multinacionales y las cooperativas pasaron por un período de reorganización. Este tema debería ser analizado en un nuevo estudio.

El turismo surge en este escenario y conviene caracterizarlo en períodos. Fueron periodizadas las siguientes etapas:

- a) Primera etapa del turismo (turismo espontáneo): 1919 a 1930. Caracterizada por la búsqueda de un clima más ameno su manifestación se dio a partir de la llegada del tren. Los turistas eran recibidos en hoteles y estaciones de veraneo localizadas en las proximidades de las estaciones ferroviarias.
- b) Segunda etapa del turismo (turistificación/burocratización): 1930 a 1970. Los grandes eventos ligados a la vitivinicultura fueron responsables de la turistificación del espacio y la difusión del vino como producto regional, cultural y turístico. El turismo pasó a tener una organización mínima a partir de su oficialización por parte del Estado. El *Touring Club* se caracterizó como uno de los agentes centrales del turismo. Los municipios crearon órganos oficiales para tratar el turismo e incluirlo en su agenda política. Posteriormente, el turismo atravesó una fase de transición con la diversificación de los atractivos turísticos en esos municipios y la apertura de las bodegas a las visitas turísticas a fines de la década de 1970.

CONSIDERACIONES FINALES

El estudio analizó las relaciones iniciales entre el Estado, la vitivinicultura y el turismo en la Región Uva y Vino, espacio caracterizado por la inmigración italiana. Se puede observar que el Estado tuvo un rol central en el fomento de la actividad vitivinícola como mecanismo de reterritorialización de una masa de inmigrantes desterritorializados de su país de origen y convertidos en brasileños por decreto. Los gobiernos encontraron en el vino el elemento aglutinador de esa masa campesina y los apoyos e incentivos a los eventos tenían una doble función: la primera era apoyar la creación de elementos de identificación social buscando la cohesión social y la segunda era obtener apoyo político local y repetir sus acciones. Pero los matices políticos deberán ser estudiados en otro trabajo.

El turismo como medio de “endosar” (validar) a partir de una mirada de afuera las actividades realizadas internamente tuvo una función inicial asociada a la idea de cohesión de grupo, con una función catalizadora de los mecanismos de territorialización. La organización de las actividades agrícolas y su exposición por medio de eventos pequeños inicialmente y a partir de 1931 con la

creación de la Fiesta de la Uva como evento de gran porte consolida la matriz agraria, que tenía un carácter casi exclusivo en la producción vinícola. Esto hizo que las miradas se volcaran a la región y crearan demandas desde el punto de vista del turismo. A partir de la llegada del tren comenzó una mínima manifestación turística que se amplió más tarde a partir de la década de 1930 con los eventos, especialmente la Fiesta de la Uva y los circuitos organizados a partir de 1935 por el *Touring Club* del Estado. El *Touring* funcionaba como un brazo estatal y su acción estaba ligada a la formación del nacionalismo brasileño, pero en el Estado de Rio Grande do Sul encontró un fuerte regionalismo y se adaptó a los distintos contextos.

Con la burocratización y organización del turismo a partir de 1950 la actividad se dio de manera más organizada y las experiencias anteriores de la asociación del vino a los eventos y al turismo se repitieron en la FENAVINHO. La vitivinicultura se consolidó como una matriz productiva en la región y el espacio es denominado en el contexto del presente trabajo como territorio del vino. Aunque comparativamente en Brasil el enoturismo se consolida sólo en esa región, que a pesar de la historia presente es poco explotada en el escenario del vino fruto de la mínima inserción internacional de los vinos brasileños. En el contexto actual Brasil no es competitivo en el mercado de enoturismo mundial y se puede decir que le presta poca atención a la actividad, que no aparece como segmento turístico en los marcos públicos de planificación turística del país. Tampoco existen órganos de investigación ligados a los aspectos culturales, sociales y económicos del vino como el Observatorio Caminos del Vino de Argentina, Enoturismo Penedés de España o la AREV europea. Las regiones vinícolas brasileñas deberían integrarse al escenario latinoamericano del vino para conformar una red latinoamericana de enoturismo y desarrollar estrategias conjuntas a fin de sumar esfuerzos regionales en el competitivo mercado global actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1913) “Relatório do Intendente Affonso Aurélio Porto”. Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1931) “Ata Nrº119 da Associação dos Comerciantes de Caxias”. Caixa 38, Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1935) “Ofícios expedidos às prefeituras de Garibaldi e Bento Gonçalves. Caixa 42: 1934 – 1935”. Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1957) “Caixa: Projeto-Lei/Justificativas.” Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1967) “Material: Hotel do Esqui, 1967”. Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1968a) “Resenhas Municipais, fevereiro de 1968”. Garibaldi

AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi (1968b) Jornal O Garibaldense. 31 de agosto, Garibaldi

- AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi** (1970) Jornal Folha da Tarde. 22 de setembro, São Paulo
- AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi** (1971) Jornal Zero Hora. 05 de novembro, Porto Alegre
- AHMG - Arquivo Histórico Municipal de Garibaldi** (2004) "Documentação Organizado por Elenita Girondi Koff". 01 de dezembro de 2004. Garibaldi
- AHMBG - Arquivo Histórico Municipal de Bento Gonçalves** (1935) Protocolo de Correspondências nº 5, pp. 169. Bento Gonçalves
- AHMBG - Arquivo Histórico Municipal de Bento Gonçalves** (1969) "1º Festa Nacional do Vinho. Relatório da Diretoria Executiva, 1969". Bento Gonçalves
- AHMJSA - Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami** (1931a) "Secretaria de Gabinete: partidos políticos". Caxias do Sul
- AHMJSA - Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami** (1931b) Journal Correio do Povo. 08 de Setembro. Caxias do Sul
- AHMJSA - Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami** (1932) "Correspondências expedidas pela comissão central da Festa da Uva de 1932". Jornal da Manhã, Rio de Janeiro, 21 de fevereiro. Caxias do Sul
- AHMJSA - Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami** (1935) Jornal Correio do Povo, 19 de setembro. Caxias do Sul
- AHMJSA - Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami** (1940) "Carta enviada pelo *Touring Club* do Brasil ao presidente Getúlio Vargas". Secretaria do Gabinete/serviços/turismo. Caxias do Sul
- AHRS - Arquivo Histórico do Rio Grande do Sul** (s/f) "S. A. 051". Porto Alegre
- AHRS - Arquivo Histórico do Rio Grande do Sul** (1922) "Decreto Nº 3004 de 10/08/1922. Regulamento das terras públicas e seu povoamento". Coletânea de Leis e Decretos do Estado do Rio Grande do Sul. Porto Alegre
- 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
- Aprovale - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos** (2012) "Boa safra também de turistas". Disponível em <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/viewdestaque.php?view=249&cnid=1#null>. Acessado em 25 de março de 2013
- Arendt, H.** (1997) "A condição humana." Forense Universitária, Rio de Janeiro
- Bardin, L.** (2009) "L'analyse de contenu ". Puf, Paris

- Bodegas de Argentina A. C.** (2010) “V Informe de Turismo Vitivinícola de Argentina, año 2010”. Disponível em <http://www.enoturiscopio.org.ar/system/INFORMES/LInformes/2010.pdf>. Acessado em 01 de julho de 2013
- Brown, G. & Getz, D.** (2005) “Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations”. *Journal of Travel Research* 43(3): 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
- Castaing, Y.** (2007) “Oenotourisme, mettez en valeur votre exploitation viticole”. Dunod, Paris
- Consorti de Promoció Tursística de L’alt Penedès** (2013) Disponível em: <http://www.enoturismepenedes.cat>. Acessado em 01 de julho de 2013
- Darmaillac, S. L.** (2009) “L’oénotourisme en France: nouvelle valorisation des vignobles”. Ed. Feret, Bordeaux
- Di Mèo, G.** (2004) “Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités”. *Annales de géographie* 13: 339-362
- Douro** (2013) Disponível em <http://www.douro-turismo.pt/patrimonio-mundial.php>. Acessado em 01/de julho de 2013
- Falcade, I.** (2001) “O espaço geográfico e o turismo na região da uva e do vinho no nordeste do Rio Grande do Sul”. Encontro estadual de geografia, Caxias do Sul, n° 21 pp. 39-53
- Federação das Vinícolas Australianas - WFA** (2013) Disponível em: http://www.wfa.org.au/resources/1/Tourism/Wine_food_tourism_strategy.pdf. Acessado em 01 de julho de 2013
- Frémont, A.** (1999) “La région: espace vécu”. Flammarion, Paris
- Fuller, P.** (1997) “Value adding the regional wine experience”. *Australian e New Zealand Wine Industry Journal* 12(1): 35-39
- Galvão, P. L. de A.** (2006) “Enoturismo e as dinâmicas sócio-espaciais no Vale do São Francisco/PE.” (Dissertação). Programa de Mestrado e Doutorado em Geografia. Universidade Federal de Pernambuco, Recife
- García, J. R.; Guzmán, T. L.; Cañizarez, S. M. & García, M. J.** (2010) “Turismo del vino en el marco de Jerez. Un análisis desde la perspectiva de la oferta”. *Cuadernos de Turismo* 26: 217-234
- Giron, L. S.** (1996) “A imigração italiana no RS: fatores determinantes”. In: Dacanal, J. H. G. S. RS: imigração e colonização. Mercado Aberto, Porto Alegre, pp. 47-66
- Goidanich, O.** (1993) “A saga do turismo no Rio Grande do Sul.” In: Flores, H. A. H. (Org.) *Turismo no Rio Grande do Sul: 50 anos de pioneirismo no Brasil*. EDIPUCRS, Porto Alegre, pp. 7 – 101
- Gravari-Barbas, M.** (1995) “Le “sang” et le “sol”: le patrimoine, facteur d’appartenance à un territoire urbain. Le territoire, lien ou frontière?” *Université d’Angers, Paris*
- Haesbaert, R.** (2004) “O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade”. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- Hall, C. M.** (2001) “Planejamento turístico: políticas, processos e planejamentos”. Contexto, São Paulo

- Hall, C. M. ; Sharples, L. ; Cambourne, B. & Macionis, N.** (2004) "Wine tourism around the world, development, management and market". Hardcover, Oxford
- Heidrich, Á. L.** (2000) "Além do latifúndio: geografia do interesse econômico gaúcho". UFRGS, Porto Alegre
- Heinich, N.** (2009) "La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère ". Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Paris
- Hohlfeldt, A. & Valles, R. R.** (2008) « Dois pioneiros da comunicação no Rio Grande do Sul: Oswaldo Goidanich e Roberto Eduardo Xavier". EDIPUCRS, Porto Alegre
- Hojman, D. E. & Jones, P. H.** (2012) "Wine tourism: chilean wine regions and routes". Journal of Business Research 65(1): 13 – 21
- Instituto Brasileiro do Vinho** (2011) "Dados Estatísticos". Bento Gonçalves. Disponível em <<http://www.ibravino.org.br/public/upload/statistics/1384784021.pdf>>. Acessado em 03 de fevereiro de 2014
- Knafou, R.** (2001) "Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo". In: Rodrigues, A. A. B. (Org) Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. Hucitec, São Paulo, pp. 62-74
- Knafou, R.** (1991) "L'invention du lieu touristique: la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire". Revue de géographie alpina 79(04): 11-19
- Laferté, G.** (2002) "La production d'identités territoriales à usage commercial dans l'entre-deux-guerres en Bourgogne". Cahiers d'économie et sociologie rurales – CNRS 62: 66-95
- Lander, P. A.** (2004) "Invention de patrimoines et construction des territoires". Colloque Ressource territoriale, Le Pradel, Mirabel, pp. 1-19
- Lavandoski, J.** (2008) "A paisagem na rota enoturística Vale dos Vinhedos (RS), sob a perspectiva do visitante". (Dissertação), Programa de pós-graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul
- Lavenir, C. B.** (1999) "La roue et le stylo: comment nous sommes devenus touristes". Editions Odile Jacob, Paris
- Lazzarotti, O.** (2003) "Tourisme et patrimoine: ad augusta per angustia". Annales de géographie 629: 91-110
- Lobo, E. M. L.** (1980) "História político-administrativa da agricultura brasileira 1808 – 1889". FGV/EIAP, Rio de Janeiro
- López-Guzmán, T.; Sánchez Cañizares, S. & Rodríguez García, J.** (2009) "Wine routes in Spain: a case study". Tourism: an International Interdisciplinary Journal 57(4): 421-434
- 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, Rio de Janeiro
- Mitchell, R. & Hall, C. M.** (2006) "Wine tourism research: the state of play". Tourism Review International 09(04): 307-332

- Movimento Turismo del Vino - MTV** (2013) Disponível em <http://www.movimentoturismovino.it/it/chisiamo/>. Acessado em 13/06/2013
- Paz, I. N. & Baldisserotto, I.** (1997) "A estação do vinho: história da estação experimental de viticultura e enologia – EEVE- (1921-1990)". EDUCS, Caxias do sul
- Pellanda, E.** (1950) "Aspectos gerais da colonização italiana no Rio Grande do Sul." In: Bertaso, H. D. & Lima, M. de A. (Orgs.) Álbum comemorativo do 75º aniversário da colonização italiana no Rio Grande do Sul. Revista do Globo, Porto Alegre, pp. 33-64
- Pesavento, S. J.** (1980) "O imigrante na política rio-grandense". In: Dacanal, J. H. (Org.) RS: imigração e colonização. Mercado Aberto, Porto Alegre, pp. 156-194
- Pesavento, S. J.** (1983) "RS: agropecuária colonial e industrialização". Mercado Aberto, Porto Alegre
- 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
- Ribeiro, C. M. P. J.** (2002) "Festa e Identidade: como se fez a festa da uva". Educs, Caxias do Sul
- Richardson, R. J.** (1989) "Pesquisa social: métodos e técnicas". Atlas, São Paulo
- Rodrigues, J.** (1972) "Subsídios para a história da uva e do vinho. Caxias do Sul". Acervo do Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami, Caxias do Sul
- Santos, M.** (2008) "Espaço e Método". EDUSP, São Paulo
- Schlüter, R. G.** (2006) "Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva". CIET, Buenos Aires
- Simeon, R. & Sayeed, L.** (2011) "Examining the Online Wine Tourism Experience of California Wineries". *International Journal of Online Marketing* 1(1): 24-40
- Soares, H. A.** (2004) "Vinho e hospitalidade no Vale dos Vinhedos". (Dissertação de Mestrado). Anhembí Morumbi, São Paulo
- Tonietto, J.** (2005) "Experiência de desenvolvimento de certificações: vinhos da indicação de procedência Vale dos Vinhedos". In: Lagares, L.; Lages, V. & Braga, C. (Orgs.) Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. SEBRAE, Brasília, pp. 155-170
- Tonini, H.** (2008) "Políticas públicas e turismo, enoturismo no Vale dos Vinhedos/RS." *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural* 6(2): 213-229
- Turri, E.** (2002) "La conoscenza del territorio: metodologia per un'analisi storico-geografica". Marsilio Editori, Venezia
- Valduga, V.** (2007) "O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos". (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul
- Valduga, V.** (2011) "Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi – 1870 a 1960 (RS/Brasil)". (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre
- Williams, 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 as regiões do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE)”. (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul

Recibido el 07 de abril de 2013

Reenviado el 08 de julio de 2013

Aceptado el 18 de Julio de 2013

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués