

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

GRAMADO: a produção e consumo de uma imagem de cidade
européia no sul do Brasil

EDSON BERTIN DORNELES

Dissertação de Mestrado

Orientador: Prof. Dr. Ruben George Oliven

Porto Alegre, Março de 2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

GRAMADO: a produção e consumo de uma imagem de cidade
européia no sul do Brasil

EDSON BERTIN DORNELES

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia
Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do título
de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Ruben George Oliven

Porto Alegre, Março de 2001

AGRADECIMENTOS

A todos aqueles que contribuíram para a realização deste trabalho.
Em especial:

A Ruben George Oliven pelo estímulo e orientação nesta dissertação.

A Janine, minha esposa, pela ajuda vital para que eu conseguisse manter a ordem mental na corrida contra o tempo. Pelo seu companherismo nas noites mal dormidas em função da dissertação. Pelo acalanto nos momentos de angústia.

Aos meus familiares, por compreenderem a ausência. Pelo apoio de todas as horas;

A todos aqueles que disponibilizaram seu tempo para realização de entrevistas, pela contribuição de suas falas com relação ao turismo de Gramado, em especial, a Iraci Koppe e a Marília Daros. Da mesma forma, as agências de turismo - *Tourné Turismo e Massolin di Fiori* - pela ajuda amiga e, não apenas profissional, nas duas excursões que auxiliaram-me na obtenção de uma maior compreensão do fenômeno em estudo.

A CAPES, pela bolsa concedida;

A todos os meus amigos, por também entenderem minha ausência. Em especial, ao Gustavo e a Neiva que me auxiliaram na árdua tarefa de organizar as fotografias em meu trabalho, além de cederem seu computador. À Rosane, à Fabiane e à Angela pela leitura de parte do trabalho.

RESUMO

O objetivo desta dissertação consiste em investigar e analisar a construção histórica do turismo em Gramado (RS), observando os discursos dos moradores, seja em relatos através de entrevistas, seja em documentação coletada em pesquisa de campo. Analisa-se também a relação do processo histórico do turismo em Gramado no que se refere à produção de imagens de uma cidade “européia” direcionada, principalmente, à prática turística. Estas imagens produzidas são também avaliadas em relação às falas de turistas sobre Gramado, o que permite pensar sobre o consumo de imagens sobre a cidade.

Palavras-chave: Consumo, imagem, turismo, história.

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to investigate and to analyze the historical construction of the tourism in Gramado-RS, observing the inhabitants' speeches, even in reports through interviews, or in documentation collected in field research. It is also analyzed the relationship of the historical process of the tourism in Gramado in what it refers to the production of images of an "European" city addressed, mainly, to the tourist practice. These produced images are also appraised in relation to the tourists' speeches on Gramado, what allows to think on the consumption of images about the city.

Key-words: Consumption, image, tourism, history.

ÍNDICE DE IMAGENS

Foto1: “Bem vindo à Suíça”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte : Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a ___?; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	S/n
Foto 2: “Mulher pintando tapume”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7x10; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	24
Mapa 1: “Localização”; Autoria: Prefeitura Municipal de Gramado; Gramado; Fonte: Material de Propaganda; Colorido; Tamanho original 17x27, reduzida a 7x9; Panfleto digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	31
Foto 3: “Páscoa”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,5x10; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.....	39
Foto 4: “Banca”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,8x9,7; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	40
Foto 5: “Carreta”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,4; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	42
Foto 6: “Mulher com pão”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6x8,6; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	42
Foto 7: “Almoço na praça”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,3x11,1; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.	43

Figura 1: “O Celta e o Lago”; Autoria: Mauro Schaeffer (foto) e Sandro Schreiner (reportagem); Gramado; 2000; Fonte: Jornal Correio do Povo; Colorido; tamanho original 13x18 reduzida a 9x11,9; Imagem digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	61
Foto 8: “Casa Masotti”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,8x10,4; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	64
Foto 9: “Prédio das Hortênsias: uma ferida no centro da cidade”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,3x11; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	65
Foto 10: “Banrisul”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,4x9; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	66
Foto 11: “Banco do Brasil”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	66
Foto 12: “Olhando a vitrina”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	91
Foto 13: “Kikito”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,6x10,6; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	99
Postal 1: “Sem título”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch (Clic’Art); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 7,8x10,3; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	124

Foto 14: “Sem Título”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,5x10,4; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	124
Postal 2: “Igreja Matriz São Pedro”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch (Clic’Art); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,4x9; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.....	128
Foto 15: “Igreja Matriz São Pedro”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6x9,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	128
Postal 3: “Jardim das Hortênsias, Igreja Evangélica”; Autoria: Filipe Caldeira (Kromocard); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,4x9; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.....	131
Foto 16: “Igreja do relógio”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6x9,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	131
Postal 4: “Igreja Metodista”; Autoria: Filipe Caldeira (Clic’Art); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,2x9,5; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	134
Foto 17: “Igreja Metodista”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6x9,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	134
Postal 5: “Em época natalina na rua Madre Verônica (Rua Coberta)”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch (Clic’Art); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,2x9,8; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	137

Foto 18: “Festa da Colônia na rua coberta”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,8; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	137
Foto 19: “Rua Coberta”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,2x9,7; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	137
Postal 6: “Túnel de luzes no centro da cidade (Av. das Hortênsias) iluminada em época natalina”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch (Clic’Art); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 7,1x10,5; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	140
Foto 20: “Armação de luzes na Av. das Hortênsias”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,7x10,5; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	140
Postal 7: “Vista do Hotel Serrano em dia de neve”; Autoria: Cleo Velleda (Kingcolor); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,5x10,8; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	143
Foto 21: “Hotel Serrano”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,2x11,2; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	143
Postal 08: “Tarde de outono no Lago Negro”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch; Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 7,3x10,6; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.....	146
Foto 22: “Inverno no Lago Negro”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,7x10,8; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	146

Postal 9: “Lago Negro e seus pedalinhos”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch; Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 8x11; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	149
Foto 23: “Pedalinhos no Lago Negro”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,5x11,1; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	149
Postal 10: “Aldeia do Papai Noel”; Autoria: Harry Schuch; Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,5x9,6; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	152
Foto 24: “O vôo das renas”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,1x9,7; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	152
Postal 11: “Em dia de neve”; Autoria: Carlos Ney Schuch e Harry Schuch; Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 7,8x11,6; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	155
Foto 25: “Casa do Papai Noel”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 7,3x11,1; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	155
Postal 12: “Pórtico de entrada”; Autoria: Flávio R. Berger (Kreativ Artes Gráficas e Editora Ltda.); Gramado; sem data; Fonte: Material Comercial; Colorido; tamanho original 10x15, reduzido a 6,5x9,3; Postal digitalizado e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1.....	158
Foto 26: “Pórtico de entrada”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,9; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	158
Foto 27: “Pórtico de entrada”; Autoria: Edson Bertin Dorneles; Gramado; 2000; Fonte: Acervo Pessoal; Colorido; tamanho original 10x15, reduzida a 6,3x9,9; Fotografia digitalizada e montagem editada no programa Photoimpatt 3.1	158



Foto 1

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. METODOLOGIA.....	13
2.1 Considerações teórico-metodológicas.....	13
2.2 Procedimentos	18
3. A CIDADE DE GRAMADO	29
3.1 Dados de Gramado	31
3.2 Turismo como atividade sócio-econômica	34
3.3 Os eventos.....	35
3.3.1 As belezas naturais e a produção de eventos	36
3.3.2 Idéia que se copia e evento que é copiado	37
3.3.3 A imigração alemã e italiana: a Festa da Colônia	38
4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A HISTÓRIA DO TURISMO EM GRAMADO	45
4.1 A história contada: dos veranistas à Festa das Hortênsias.....	45
4.2 Personalidades históricas e seus feitos	56
4.2.1 Elisabeth Rosenfeldt e o “artesanato gramadense”	56
4.2.2 Leopoldo Rosenfeldt e os cenários por ele criados	60
4.2.3 Oscar Knorr, o parque Knorr e a preocupação com a arquitetura de Gramado	61
4.2.4 James Praver e a gastronomia	67
4.2.5 Annelies Rosenfeldt Bertolucci e as malharias	70
4.2.6 Palavras finais	72
5. A MISTURA ÉTNICA: UMA EXPLICAÇÃO DO SUCESSO OU DO INSUCESSO	75
5.1 Novos empregos, novos moradores.....	78
5.2 Moradores: o turista que se quer	84
6. O TURISTA: SUA PERCEPÇÃO SOBRE A CIDADE DE GRAMADO....	87
6.1 Relação entre o turista e os profissionais do turismo.....	87

6.2 As tensões urbanas e o turismo em Gramado	89
6.3 Borges de Medeiros: um “shopping a céu aberto”	91
6.4 Às vezes caminhando, às vezes sentado em um banco da praça Major Nicoletti: cenas, curtos relatos de contato com os turistas.....	95
6.4.1 Gramado sem favelas	95
6.4.2 Bon vivant	97
6.4.3 Sulistas: frios e distantes.....	98
6.4.4 Clima frio, gente também	100
6.4.5 Como tem brasileiros nessa loja.....	101
6.4.6 Você está vendo algum negro aqui?.....	103
6.4.7 Tranqüilidade e Segurança	104
6.4.8 Sem violência, calma	104
6.4.9 Cidade Organizada	105
6.4.10 Um clima para turismo.....	107
6.4.11 Espero que pare por aqui	108
6.4.12 Clima Romântico.....	108
6.5 Palavras finais sobre os turistas.....	109
7. IMAGENS	113
7.1 Imagem 01 - sem título	124
7.2 Imagem 02 - Igreja Matriz São Pedro.....	128
7.3 Imagem 03 - Jardim das Hortênsias, Igreja Evangélica.....	131
7.4 Imagem 04 - Igreja Metodista.....	134
7.5 Imagem 05 - Em época natalina na rua Madre Verônica (rua Coberta).....	137
7.6 Imagem 06 - Túnel de luzes no centro da cidade (Av. das Hortênsias) iluminada em época natalina.	140
7.7 Imagem 07 - Vista do Hotel Serrano em dia de neve	143
7.8 IMAGENS 08 - Tarde de outono no Lago Negro.....	146
7.9 Imagem 09 - Lago Negro e seus pedalinhos	149
7.10 Imagem 10 – Aldeia do Papai Noel.....	152
7.11 Imagem 11 – Em dia de neve	155
7.12 Imagem 12 - Pórtico de Entrada.....	158
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	162
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	167

1. INTRODUÇÃO

Ser guia é ter que vender Gramado, deixar tudo agradável e maravilhoso, mesmo sabendo que as coisas não são bem assim, são coisas criadas. (Joana¹: guia de turismo)

As cidades são criações humanas, algumas mais antigas outras mais recentes, talvez algo que as distinga seja a maneira como o velho e o novo estão nelas relacionados. Gramado, ao envolver-se com o fenômeno do turismo, tornou parte de si voltada à criação de uma imagem de cidade que se concretiza distinta entre outras, e é isso, entre outros fatores, que o turista tem em mente ao procurá-la.

O discurso da guia de turismo, acima citado, nos indica que Gramado transforma-se em produto mercadológico a fim de consumo turístico. De acordo com Douglas e Isherwood (1996), baseados em Lévi-Strauss, os objetos de consumo nas relações sociais são escolhidos porque são bons para pensar, longe simplesmente de uma análise ancorada em uma lógica instrumental, que concentra a atenção no caráter utilitário e irracional dos bens de consumo. Diz-se, nesse sentido, que os bens são meios através dos quais um determinado grupo pode pensar a si próprio

¹ Nome fictício. Todos os informantes citados neste trabalho recebem nomes fictícios para preservar sua anonimidade, com exceção de Iraci Koppe, Marília Daros e Harry que autorizaram a manutenção dos seus nomes verdadeiros em função de serem pessoas conhecidas e reconhecidas por seu trabalho na comunidade.

(McCracken, 1990). Conforme os dois primeiros autores, para o tema do consumo enquanto análise cultural faz-se importante vislumbrar os usos e o papel dos objetos como comunicadores simbólicos. Entende-se, aqui, que antes de ver o turismo como uma atividade sócio-econômica, é preciso vê-lo como uma prática cultural boa para fazer pensar, isto é, o meio pelo qual uma certa comunidade constrói seus saberes a partir da dinâmica na qual estão inseridos.

Entende-se Gramado não somente como um produto simbólico em sua complexidade mas também como o lugar onde acontece a produção de determinados produtos cujo simbolismo está a serviço da atividade do turismo nessa cidade. Dessa maneira, este trabalho se situa nos estudos das práticas sociais as quais envolvem o turismo enquanto fenômeno cultural, cuja realização ocorre em um espaço urbano específico, nesse caso o de Gramado.

O turismo sob o prisma cultural torna-se importante aos estudos antropológicos na medida em que se observa este fenômeno como multidimensional, isto é, envolvendo perspectivas diversas no campo das ciências sociais. Esta característica é exemplificada quando vislumbramos a diversidade de relações possíveis na situação de contato entre o anfitrião e o visitante, entre a rede de serviços e de comunicação que se constitui a partir da efetivação de um projeto turístico em uma dada realidade social.

Apesar da importância acima mencionada, Erve Chambers (2000) observa que os antropólogos têm dado pouca atenção aos estudos do turismo urbano, pois normalmente tendem a desenvolver seus trabalhos em lugares distantes, fora de sua própria comunidade. Quando o turismo torna-se presente em trabalhos etnográficos, aparece de maneira superficial e claramente negativa, principalmente quando o turista é visto como um intruso, uma pessoa não bem-vinda, e a comunidade local como passiva frente à essa dinâmica.

Neste trabalho, por sua vez, a comunidade local emerge como parte ativa no processo de desenvolvimento do turismo, da mesma forma que o turista representa parte integrante da própria construção histórica da cidade, ganhando diferentes contornos dependendo do que está em jogo, de qual perspectiva se observa o contato intercultural e as práticas de deslocamento que caracterizam o sujeito-turista.

O ato do deslocamento para efeitos de turismo assemelha-se ao do pesquisador em direção ao seu universo de investigação: a busca pelo contato, pela alteridade, cujos valores culturais emergem em contrapartida ao do outro. MacCannell (1999:05) compara a prática do etnólogo com a do turista moderno, dizendo que ambos dividem as mesmas curiosidades; por povos “primitivos”, populações de baixa renda e minorias étnicas, além de pertencerem ao mesmo extrato social.

Tal comparação, no meu entender, diz respeito a um período e realidade sócio-cultural européia e americana a partir da qual este autor realiza sua análise, além de tomar como base um tipo especial de turista, desconsiderando uma complexa gama de tipos comportamentais relativa aos turistas no mundo atual. Parece importante deixar em aberto a questão de como se verifica este tipo de comparação aplicada à realidade brasileira.

No caso do antropólogo, este se instrumentaliza metodológica e teoricamente com o objetivo de interpretar de maneira crítica, sob uma determinada ótica, as tramas do modo de vida de uma comunidade ou grupo social. Entender em que medida os turistas se diferenciam nessa proposta parece ser outra questão a ser considerada. De maneira geral, os turistas em Gramado são apontados como visitantes que precisam mostrar interesse pela história local ou necessitam responder à comunidade consumindo a gama de serviços ofertados. Tal fato leva a pensar se a comunidade exigiria o mesmo de um pesquisador. Contudo, esta comparação torna-se complexa e polêmica, fato que não procuro responder fechando o problema, mas

apenas expô-lo para que pensemos a respeito de como isso pode suscitar reflexões sobre a prática do pesquisador.

A fim de trazer à tona, nesse instante, outras reflexões diretamente presentes nesse trabalho, inicio por meio de um comentário a partir da minha incursão a campo, no sentido de indicar o quanto que o contato entre o pesquisador e os sujeitos em estudo torna-se material elucidativo de questões importantes sobre o fenômeno do turismo.

O último local em que fiquei em Gramado, no mês de outubro/2000, foi na casa de Alberto² e de seus familiares. Parecia haver muitas coisas a serem feitas com relação às reformas que, aos poucos transformava parte do primeiro andar da casa em quartos para receber turistas. Foi através da oferta feita por ele para ficar hospedado em um dos dois quartos por um preço razoável - possivelmente por não estarem ainda envolvidos integralmente com a atividade de hotelaria - que considerei interessante aceitar a estadia por uma semana, além de perceber a possibilidade de que com ele e seus familiares eu poderia manter uma relação mais próxima e não apenas restrita à questão comercial, como já tinha ocorrido em pousadas e hotéis mais estruturados.

Em um final de tarde, chegando de meu trabalho de campo, Alberto, ao me avistar de longe, acena com a mão indicando para que eu me aproximasse de onde estava, na porta de entrada de sua casa. Logo em seguida, convida-me para conversar indicando que eu entrasse na sala-de-estar. Notei que ele queria saber sobre meu trabalho, parecia curioso em tentar entender o motivo de meu interesse no turismo em Gramado. Com relação ao que falamos naquela ocasião, parece-me importante destacar um aspecto no qual, em um certo momento, ele procura apontar uma razão para

² Indicado por meio de uma moradora entrevistada, Alberto é um jovem recém formado em Administração de Empresas, o qual parece começar a envolver-se com a atividade do turismo através do ramo da hotelaria e do comércio de produtos derivados do mel. Ele é um exemplo daquilo que percebi na cidade, isto é, uma considerável parcela da população que, de alguma forma, se encontra comprometida com o turismo.

a vinda de turistas à cidade, ao dizer com uma expressão de revelação e certeza:

*Sabe o que Gramado tem? Gramado tem uma magia. (eu)
Como assim? (ele) ...tem uma magia, veja só, imagina tu
chegando em Gramado, vem pela estrada subindo a serra,
aquela neblina, que vai e vem, ai tu vendo as hortênsias nos
dois lados da estrada, isso é mágico.*

Minutos antes desse comentário, falávamos sobre a surpreendente cerração que se formava de uma hora para outra e que, dependendo do grau de densidade, apenas com a aproximação de menos de um metro era-se possível identificar alguém que até então era somente um vulto. Tal fenômeno climático não deixava de causar um certo *ar de mistério* ao se caminhar pelas ruas durante a noite.

Possivelmente meu interesse em desenvolver uma pesquisa sobre o turismo em Gramado, surgido após minha primeira visita a esta cidade, em Janeiro de 1999, tenha sido pela “*magia*” apontada pelo jovem Alberto. Tal magia, ao meu ver, está certamente relacionada às experiências com que nos deparamos e que não perpassam exclusivamente por uma racionalização dos acontecimentos. É como se a compreensão das coisas através de nossa racionalidade estivesse necessariamente correlacionada com outro processo cognitivo baseado na imaginação, na significação sensível do mundo. Parece-me que o turismo possibilita com que o visitante dê vazão a este processo de apreensão não racional.

Nesse período de meu primeiro contato com a cidade, minhas impressões pareceram revelar minha surpresa com relação aos cenários que vi, como também aguçou minha curiosidade sobre aquela realidade ainda não experienciada, visto ter sido minha primeira visita à região *das Hortênsias*. Os sentimentos aflorados sobre a cidade naqueles dois dias certamente estiveram relacionados com minha trajetória, com minha memória de outros lugares que até então conhecia.

Com relação a minha trajetória e vivências significativas em cidades, destaco sinteticamente ter vivido toda minha infância e parte da juventude em Uruguaiana, cidade em grande parte planejada, com ruas retas e quase planas, cortadas feito tabuleiro de xadrez. A região da fronteira-oeste do estado, onde Uruguaiana se encontra, tem seu turismo ainda bastante incipiente, embora possa chamar a atenção de um turista que porventura venha à região pela primeira vez. Talvez, quem sabe, um jovem serrano que, possivelmente, estranhará aquilo que, para mim, muito tem de familiar, como a paisagem dos pampas, as grandes planícies, a vegetação rasteira, campos que parecem sem fim, extensas áreas usadas para a pecuária e para a agricultura, mundo de muita terra e de pouco dono. Uruguaiana provavelmente muitas coisas diferentes há de instigar ao olhar do jovem serrano, tanto do ponto de vista geográfico, arquitetônico³, étnico como dos costumes e do sotaque. Da mesma forma, conhecer Gramado permitiu-me estranhar aspectos diversos como os acima mencionados, muitos acentuados por não pertencerem, em parte, à minha trajetória social.

Interiorano, com vontade de vir estudar na capital - Porto Alegre - como muitos jovens do estado, trouxe na mala o sonho de conhecer e de viver em uma cidade grande, em uma metrópole, dos espaços urbanos ampliados, do concreto, dos prédios altos e numerosos, do ritmo mais acelerado e do tempo “encurtado”. Dos sete anos vividos na capital, Gramado nunca chegou a ser um destino, possivelmente em virtude de meu estilo de vida, da minha rede de amizades⁴. Minhas viagens privilegiaram a região de meus familiares, comentada acima, e as praias, no litoral brasileiro, no período de verão. No entanto, mais tarde, a fim de conhecer outras

³ Basicamente prédios antigos de estilo português, casas em estilo moderno provavelmente encontradas na maioria das cidades do Brasil, além das existências de vilas, muitas originadas do êxodo rural.

⁴ Segundo documento organizado pela Câmara de Indústria e Comércio da Região das Hortênsias, o qual aponta uma série de dados sobre as cidades que compõem essa região, cerca de 60% dos turistas que a frequentam estão na faixa etária de 30 aos 50 anos, sendo que 73% do total de visitantes utilizam o automóvel como meio de transporte. Nesse sentido, parece-me que a juventude não corresponde ao grande público de turistas dessa região.

realidades, tive a oportunidade de morar dois anos no exterior, em uma outra capital, em uma grande metrópole, Londres. Cidade antiga, reconstruída, difícil de não estranhá-la, onde circular pode significar apanhar um trem no metrô e quem sabe chegar na *Oxford Street*, principal avenida comercial. Difícil não acompanhar o ritmo da multidão, dos passos rápidos e comprometidos para o trabalho, do caminhar descompassado dos milhares de turistas que passeiam por entre um lugar e outro, fotografando cada momento, transitando de loja em loja, reunindo a cada instante sacolas de compras, procurando levar entre as mãos parte de Londres, em mercadorias, lembranças materializadas - a prova de que se esteve lá.

Serra gaúcha, Gramado, primeiros meses após meu retorno de Londres. A convite de amigos, tive a oportunidade de conhecê-la. Anteriormente eu ouvia muitos relatos de conhecidos de como era a cidade, sempre associando-a a um “estilo europeu” e que, posteriormente, em pesquisa de campo, veio a se reafirmar por meio de relatos dos turistas. A curiosidade, a busca pelo que se espera, a expectativa através do já-dito, e o encontro com a diferença - com as encostas montanhosas, com o clima úmido e frio, com a vegetação e etnia local - certamente foram motivações que fizeram com que eu visitasse Gramado.

Ponto importante, e que chamou minha atenção, foram os relatos de moradores - funcionários da pousada onde fiquei hospedado e dos restaurantes que acabei freqüentando - quando ao indagá-los sobre o mês de alta temporada. De maneira geral, as falas ecoavam: todos destacavam o fato da permanente lotação dos hotéis durante o ano, e a necessidade de se fazer sempre reservas antecipadas⁵ devido ao grande número de turistas que visitavam a cidade, principalmente nos períodos em que ocorrem inúmeros eventos (encontros, seminários, feiras, congressos, shows, etc.),

⁵ Tal discurso, torna-se importante destacar, traduz a valorização de Gramado, através da propaganda verbal e, ao mesmo tempo, as estratégias com que o turista é envolvido no momento em que necessita reservar, fazendo que, com isso, ele comprometa-se e programe-se antecipadamente.

sejam eles promovidos por parte do poder público, em especial pela prefeitura, sejam por empresas privadas da cidade e região ou provindas de outras partes do Rio Grande do Sul e Brasil.

Segundo uma produtora de eventos com a qual tive contato no V Congresso Brasileiro de Nutrologia, realizado de 28 a 30 de setembro de 2000, a escolha de Gramado para sediar tal evento deu-se em virtude desta cidade possuir uma boa estrutura hoteleira e pelo seu “potencial turístico”:

fazer congresso em Gramado agrega estrutura e turismo, dois fatores fundamentais hoje em dia para se atrair eventos, como esse aqui, de negócios. Diferente de Porto Alegre onde tem estrutura mas onde o turismo ainda não é um carro propaganda como aqui.

No entanto, antes da compreensão deste aspecto acima, entre outros, adquiridos na pesquisa de campo, indaguei-me sobre as possíveis razões que garantiam um determinado fluxo de turistas na cidade, considerando as afirmações dos moradores sobre as reservas antecipadas. O primeiro raciocínio que me veio em mente foi procurar entender de que forma Gramado havia se constituído do modo como se apresentava a mim naquele momento, ou seja, uma cidade que dava a impressão de possuir um certo tipo de organização urbana, onde a apresentação estética das casas, dos prédios, dos locais públicos pareciam diferenciar-se daquilo que até então eu estava acostumado a ver com relação às cidades por mim conhecidas no Rio Grande do Sul e no Brasil.

Um aspecto importante, referente à reflexão acima, parece ser descobrir quais as significações que circundam Gramado, enquanto uma cidade turística associada a um modo de vida “europeu”. Mas se tal associação ganha relevo discursivamente, então me arrisco a inferir que há, no mínimo, fatores agregados a essa associação e que ajudam a criar a distinção a este modo de vida europeu, isto é, um modo de vida não-europeu. Tal distinção, ao meu ver, tem muito a revelar sobre certos padrões

culturais no âmbito nacional, visto ser este o universo simbólico mais amplo em que esse discurso é produzido e ganha sentido.

Desse modo, o objetivo dessa dissertação consiste em analisar e compreender os sentidos atribuídos pelos turistas e moradores com relação à cidade, considerando a existência de uma dinâmica impulsionada pelo turismo. Entendo tal dinâmica como parte de processos com um contínuo (re)fazer de práticas, de imagens, de definições a respeito do que seja essa cidade e de como ela se produz constantemente no cotidiano para fins de consumo de cenários, de uma cidade e suas “paisagens”, envolvida por um movimento variado de eventos, produtos e espaços que se caracterizou dizer “de Gramado”⁶.

O universo de pesquisa é entendido como constituído por duas diferentes perspectivas interrelacionadas: a primeira diz respeito ao ponto de vista de uma parcela de moradores de Gramado envolvida, de uma certa maneira, com o turismo, sobre esta atividade e os turistas; a segunda refere-se à compreensão das representações e das práticas dos turistas com relação à cidade de Gramado.

Considero, ainda, importante salientar que esta pesquisa se propõe a expor determinados aspectos referentes ao turismo, no sentido de construir, através de alguns recortes ou perspectivas, um corpo coerente e elucidativo sobre este fenômeno promovido por Gramado.

O trabalho é composto por oito capítulos. Em primeiro lugar, esta introdução, seguida das considerações teórico-metodológicas e dos procedimentos adotados. O capítulo 3 apresenta dados sobre a cidade de Gramado a fim de permitir melhor análise sobre a relação da cidade com o turismo. Explicito, ainda neste capítulo, o caso de um evento ocorrido na cidade - a Festa da Colônia - como ilustração de uma estratégia para atrair

visitantes. O capítulo 4 aponta considerações sobre a história do turismo em Gramado, propondo pensar sobre como, discursivamente, alguns aspectos históricos ganham sentido, aliados à prática turística desenvolvida nessa cidade, revelando significações dos moradores sobre esse passado. Algumas personalidades que se mostraram importantes nas falas dos informantes foram destacadas e relacionadas às realizações a elas atribuídas. O capítulo 5 é dedicado aos moradores, sejam nativos ou originários de outros municípios. As especificidades desses moradores e a sua visão sobre os turistas são explicitadas também nesse capítulo. As percepções dos turistas sobre Gramado é tema do capítulo 6, onde busco relacioná-las à construção de uma imagem da cidade. O capítulo 7 traz imagens de doze cartões postais à venda, em comparação à catorze fotografias de minha autoria. Por último, as considerações finais.

⁶ Para Haag (1998: 73) há um *ambiente gramadense* o qual é *um pano de fundo extenso a todo fenômeno - uma grande tela para projeção dos produtos - já que todos os produtos estão, de um modo ou de outro, ambientados no contexto "de Gramado"*.

2. METODOLOGIA

2.1 Considerações teórico-metodológicas

Esta pesquisa se propôs seguir uma abordagem antropológica, através da utilização do método etnográfico, considerando sua capacidade de imersão cultural e de elucidação das significações no universo que se deseja investigar. A antropologia, segundo Peirano:

tem como objetivo formular uma idéia de humanidade construída pelas diferenças, resultado do contraste dos nossos conceitos (teórico ou de senso comum) com outros conceitos nativos. (1992: 04)

A partir do momento em que dei início a minha pesquisa de campo⁷, um aspecto que muito me instigou durante todo processo de investigação foi perceber meu lugar enquanto pesquisador, na medida em que o sujeito não-pesquisador também estava presente, identificando-se, muitas vezes, discursivamente com os informantes.

No desenvolvimento da pesquisa de campo, procurei levar em conta aquilo que Thiollent (1987) chama de "Sociologia reflexiva", ou seja:

⁷ De acordo com DaMatta (1997) a pesquisa de campo corresponde a momentos que envolvem rituais de passagem, assim como se pode perceber em diferentes grupos ou sociedades quando se deseja encontrar com o diferente, com a outra parte que até então não tinha acesso e consciência.

..o sociólogo deveria chegar a uma autoconsciência de suas crenças, dos pressupostos de sua visão da sociedade e de sua posição a respeito da mesma. Criticando seus preconceitos de superioridade, o sociólogo poderia relativizar suas pretensões classificatórias ou suas interpretações e estaria em condição de estabelecer um verdadeiro diálogo com o mundo dos homens simples. (1987:25)

Nesse sentido, ao almejar um diálogo com as pessoas-informantes, este trabalho objetivou uma "antropologia comunicativa", nos termos de Rouanet (s.d), levando-se em consideração a obtenção de resultados mais significativos sobre a temática proposta. Considerou-se a necessidade de se estabelecer uma relação dialógica, do encontro de "intersubjetividades", a fim de possibilitar uma interlocução entre a cultura pesquisada e a comunidade científica a qual me filio para desenvolver este trabalho.

Com relação aos moradores, tal filiação, em certa medida, deu-se através da vinculação de meu trabalho com a aproximação da instituição UFRGS na cidade. Ou seja, ao apresentar-me enquanto pesquisador pela UFRGS, logo de imediato percebia uma associação com o Centro de Treinamento e Eventos da UFRGS/FARGS, inaugurado em 30 de setembro de 2000, no antigo prédio da fábrica de sapatos infantis Ortopé. Na realidade, não precisei quais as implicações de tal associação, mas pareceu ajudar-me, em certa medida, na interlocução com os moradores locais, na medida em que estes viam a UFRGS como um aspecto positivo para o desenvolvimento da cidade.

Outro aspecto interessante foi que, ao responder sobre minha condição de pesquisador aos moradores, tive uma recepção positiva quando sabiam que se tratava de uma pesquisa de cunho antropológico, sendo esta muitas vezes associada aos "estudos da evolução do homem".

Esta pesquisa também caracteriza-se por ser um estudo do âmbito urbano, visto tratar-se de um enfoque onde a cidade serve como meio e lugar de investigação, com determinada organização e expressão social. E

ao situar o trabalho de pesquisa na sua própria sociedade, o pesquisador está constantemente explorando também suas próprias experiências pessoais. Por isso, o pesquisador tem a possibilidade de um sucesso mínimo garantido no que se refere a comunicação em campo, assim como um certo grau de aproximação do sistema simbólico das pessoas investigadas em razão destas pertencerem a mesma sociedade do pesquisador.

No entanto, devemos também considerar, segundo Velho, que:

O fato de dois indivíduos pertencerem à mesma sociedade não significa que estejam mais próximos do que se fossem de sociedades diferentes, porém aproximados por preferência, gostos, idiossincrasias. (1978:38)

Assim sendo, tal aproximação não fornece gratuitamente ao pesquisador a capacidade dele conhecer o outro sob sua própria ótica, mas sim, o reconhecimento da alteridade, da existência de uma outra cultura possível de ser interpretada sob o olhar do pesquisador. Contudo, segundo Caldeira, para se entender o universo do outro:

...é necessário que o pesquisador esteja sempre prestando atenção nas suas próprias emoções e sensações, considerando a sua angústia, a sua tristeza e o seu espanto como significativos. (1981: 349)

A presença de emoções no momento da pesquisa foi algo que serviu, para mim, como elemento de reflexão. Ou seja, uma percepção, por exemplo, que fez parte de minhas relações interpessoais nos momentos de investigação, foi procurar entender o significado dado pelos moradores sobre meu trabalho, até que ponto eu estava conseguindo obter as informações pertinentes a pesquisa, considerando que muito poderia ser dito como também não dito. Dessa forma, considero importante que o pesquisador mantenha um certo grau de vigilância de suas emoções, pois é também um sujeito socializado, com certos costumes e visões de mundo que não são senão oriundos de determinados padrões culturais.

Ainda saliento que a relação dialógica, mencionada anteriormente, não significa o descontrole subjetivo a ponto de impedir uma reflexão mais distanciada sobre as situações sociais nas quais o pesquisador e o informante estão inseridos. Quando me refiro à relação dialógica, quero afirmar a permanência constante da intersubjetividade.

No entanto, faz-se importante destacar o que Da Matta comenta quando fala sobre a força da pesquisa antropológica, referindo-se ao deslocamento da subjetividade do pesquisador: *só se tem Antropologia Social quando se tem de algum modo o exótico, e o exótico depende invariavelmente da distância social,..* (1978:28) Da mesma forma, o fato da existência de uma intersubjetividade pode reforçar a idéia da responsabilidade quando se produz pesquisa social. Nesse sentido, Caldeira diz:

.. faz parte da responsabilidade dos cientistas sociais não só pensar a sua prática profissional em termos das repercussões do trabalho intelectual na sociedade como um todo mas também questionar o seu trabalho ali mesmo onde ele se exerce, ou seja, na relação imediata com o seu "objeto" - as pessoas e grupos sociais a quem estuda. (1981: 335)

Poderíamos dizer que parte da iniciação na antropologia social se dá no trabalho de campo, através da imersão no cotidiano do grupo em estudo, a fim de se chegar a compreender questões até então distantes do foco analítico inicial. Este aspecto, ao meu ver, foi uma difícil tarefa na medida em que fazer parte do cotidiano muito depende da aceitação do outro, ou seja, em muitos momentos minha presença parecia ser um incômodo, visto que certos informantes, principalmente aqueles que trabalhavam para o governo municipal, a viam com desconfiança.

As disputas de poder, que estão implícitas na atividade do turismo em Gramado, implicaram constantes negociações com a comunidade, com o intuito de não invalidar a coleta de dados. Um exemplo foi uma advertência que tive por parte de um assistente da secretaria do

turismo para não usar o centro de informações da cidade como local de pesquisa, argumentando que isso prejudicaria o desenvolvimento dos trabalhos neste local.

Este tipo de tensão em campo faz parte daquilo que esta pesquisa procurou utilizar-se, isto é, da técnica da observação participante, tal como esta é definida por Cicourel (1990). De acordo com este autor, a observação participante é uma situação de interatividade, visto que o observador está face a face com os observados, fazendo parte do contexto sob observação e, ao mesmo tempo, modificando e sendo modificado por este contexto.

Dessa forma, a observação participante nos permite a chance de se vivenciar, de uma maneira mais próxima, o cotidiano das pessoas observadas, buscando, com isso, darmos conta daquilo que Oliveira (1998) chama de "excedente de significação". Ou seja, apenas um método "não-metódico" - a observação participante - pode apreender aqueles momentos em que a rigidez do método não consegue captar os ritmos da vida social. Sendo assim, é inevitável escapar de certos conflitos que porventura surjam em campo, a ponto de termos consciência de que eles também servem como material de análise.

O uso do diário de campo também foi adotado como uma técnica de "registro em retrospectiva" (Cicourel, 1990) das observações realizadas em campo, para melhor utilização dos dados posteriormente. Mas, segundo esse autor, devemos manter uma atitude científica, baseados em nosso sistema de relevâncias, o qual é diferente do sistema do grupo que se deseja pesquisar. Ou seja, de acordo com Caldeira:

A experiência cotidiana não é sistemática, ela deve ser re-elaborada e transformada em uma descrição objetiva (científica) da cultura como um todo. Esta re-elaboração é inspirada por uma teoria da cultura específica.(1988:136-137)

Por fim, parece importante destacar que é justamente a partir do diário de campo que parte deste trabalho ganhou contornos e sentidos sobre os quais pôde-se refletir e desenvolver argumentos no decorrer da dissertação.

2.2 Procedimentos

Foi a partir de dezembro de 1999 que iniciei minhas incursões a campo a fim de conseguir, em primeiro lugar, informações, dados gerais sobre a cidade e a respeito das (re)elaborações do processo histórico e de suas implicações com o turismo, assim como aprimorar um olhar mais cuidadoso sobre o fenômeno do turismo promovido pela cidade.

Nesse momento inicial, pouco sabia sobre Gramado, por isso me pareceu importante fazer uma pesquisa bibliográfica⁸ e, se possível, entrevistar alguém que fosse indicado para comentar sobre a história da cidade e do turismo. O local escolhido foi o Centro de Cultura Municipal, onde tive o prazer de conhecer Iraci Koppe, uma simpática senhora responsável pela administração, organização e gerência do Museu e Arquivo Municipal. Foi em seu espaço de trabalho que Iraci Koppe mostrou-me o material existente sobre a história da cidade e do turismo. Arrumou uma mesa e uma cadeira para que eu pudesse ficar mais à vontade, de modo que naquele dia fiquei restrito à documentação, colhendo informações que me pareciam importantes.

No segundo dia, já com objetivo de entrevistá-la, visto ter notado sua presença escrita nos materiais, consegui com que ela me cedesse parte de seu tempo para uma entrevista gravada, com roteiro semi-

estruturado e semi-diretivo. Esta primeira situação de entrevista teve um certo componente de formalidade, diferentemente das posteriores (ao todo foram quatro). Habituada a receber pessoas interessadas em entender um pouco sobre a história de Gramado, Iraci Koppe pareceu ter construído sua fala, de forma organizada e objetiva, mostrando que seus relatos sobre o passado já tinham sido elaborados, seja pelas sucessivas entrevistas, seja pelas publicações em seu nome.

Ainda com relação a isso, também me pareceu que um considerável material encontrado foi elaborado, em parte, em função da procura de pesquisadores ao arquivo: estudantes, jornalistas, mestrandos, etc. Em outra parte, deu-se em virtude dos possíveis usos destes materiais em propagandas turísticas ou pela mídia, assim como pela necessidade do programa de ensino municipal em possuir documentação sobre a história da cidade relacionada ao turismo, pois consta no currículo escolar o ensino da história do turismo local desde a primeira até a quinta série.

Em síntese, parte da oferta dos registros sobre a história de Gramado dá-se muito em razão da demanda propiciada pela dinâmica do turismo na cidade. Nesse sentido, os discursos sobre tal história encontram-se estreitamente relacionados com a atividade do turismo, aspecto este que será visto em capítulo posterior.

Meu contato com Iraci Koppe, cada vez menos formal, deu-se praticamente durante todo processo de pesquisa de campo, sendo fundamental para que eu conseguisse com maior facilidade acesso aos demais informantes com os quais tive contato posteriormente. Um deles e de grande importância, foi Marília Daros - historiadora e responsável pelo Arquivo particular Hugo Daros.

⁸ Além da pesquisa bibliográfica feita em Gramado, realizei outra em instituições de ensino superior (UFRGS e PUC-RS) em Porto Alegre, a fim de encontrar publicações que pudessem me ajudar na pesquisa.

Marília Daros é, assim como Iraci Koppe, uma pessoa indicada e legitimada pela comunidade para falar sobre a história da cidade. Ela também me cedeu momentos em que realizei entrevistas gravadas e conversas informais, assim como disponibilizou algumas entrevistas gravadas com personalidades da cidade como, por exemplo, James Praver⁹, realizadas por ela e pertencentes ao seu acervo particular.

Além deste material inicial ter servido como produto analítico, também me possibilitou encaminhar os passos seguintes durante todo o processo de pesquisa de campo, no qual realizei entrevistas gravadas ou não com moradores de Gramado, seguindo o método *snow ball*, cuja primeira entrevista serve como mecanismo para a indicação da seguinte, e assim sucessivamente. Independente da indicação, também efetuei entrevistas com pessoas por mim consideradas importantes na atividade do turismo devido ao seu envolvimento com esta. Com certeza não consegui entrevistar ou conversar com todos aqueles que teriam uma contribuição a pesquisa, fato que, no meu entender, não a influenciou negativamente.

O contato com esses moradores não se deu somente por entrevistas indicadas. Também ocorreram aqueles momentos inusitados ou do cotidiano em que as conversas sem formalidades foram de suma importância, como *bate-papos* com moradores que trabalham em estabelecimentos comerciais tais como restaurantes, pousadas ou outros, em que toda e qualquer informação relevante ajudou a preencher as linhas de meu diário de campo. Um ponto que gerou em meu trabalho de campo um certo grau de dificuldade foi selecionar os moradores para serem entrevistados, considerando a vasta gama de possibilidades que vinham a surgir ao se tratar de uma cidade. Esses momentos de dúvida foram também fundamentais para que eu pensasse mais objetivamente sobre os rumos da pesquisa e verificasse os aspectos relevantes que influenciaram as escolhas.

⁹ Esta personagem será visto posteriormente.

A partir da segunda metade do ano de 2000, comecei a ampliar o universo de entrevistados, tanto com relação aos turistas, como também guias e agentes de turismo, inicialmente de Porto Alegre e depois de Gramado. Nesta etapa, se por um lado obtive resultados satisfatórios com alguns procedimentos, com outros não tive o mesmo sucesso. Como exemplo, foi minha intenção mapear uma rede de veranistas de Gramado residentes em Porto Alegre, a fim de entrevistá-los. No entanto, consegui entrevistar apenas uma pessoa, devido às dificuldades em receber novas indicações, bem como a pouca disponibilidade de algumas pessoas para conceder entrevistas.

Outro exemplo foi o contato com agências de turismo de Porto Alegre que incluíssem Gramado em seus roteiros de viagem. Este trabalho tornou-se em parte inviável devido a sua magnitude; contudo, serviu para que eu obtivesse informações importantes com relação aos serviços oferecidos aos clientes, bem como sobre os meses de maior procura para visitar Gramado. Ou seja, a alta temporada, segundo as agências, dá-se nos meses de julho, novembro e dezembro, sem contar com os feriados e finais de semana, resultando em uma contínua demanda por parte de residentes de Porto Alegre como do Rio Grande do Sul e de outros estados.

Procurei perceber, por meio de duas excursões com saída de Porto Alegre e destino Gramado/Canela, a prática turística. A primeira excursão ocorreu em 01/09/2000, aproveitando o final de semana, no caso o sábado, com retorno no mesmo dia. O contato com esta agência - Tourné Turismo - aconteceu através de outra agência a qual eu já tinha procurado anteriormente. A Tourné turismo foi a mim recomendada, em função de realizar excursões para Gramado, com ida e volta no mesmo dia, também em períodos fora da alta temporada, dando oportunidade àquelas pessoas que desejam visitar Gramado em épocas “mais calmas”, sem grande presença de turistas na cidade. Foi através da aplicação de um breve questionário que pude conhecer um pouco mais sobre as pessoas

participantes da excursão¹⁰. Os excursionistas, todos pertencentes a camadas médias de Porto Alegre, apresentavam motivos variados para a viagem a Gramado via excursão. Uma razão apontada foi a não preocupação com questões relativas ao uso de veículos particulares e ao trânsito, salientando que nem todos possuíam automóvel. Outra seria a idade, já que haviam alguns idosos.

A segunda excursão aconteceu no dia doze de outubro de 2000, por meio da agência de viagens *Massolin di Fiori*. Com menor número de participantes nesse feriado chuvoso, observei as mesmas razões já citadas para a escolha da viagem via agência de turismo.

Não pretendo descrever minuciosamente essas duas experiências, pois tal intento demandaria o desenvolvimento de questões que extrapolariam os limites dessa dissertação. No entanto, desejo esclarecer que ambas foram muito elucidativas no que concerne às motivações, aos comportamentos dos turistas, assim como à organização da viagem pela agência e à relação entre os promotores do passeio e os excursionistas. Em ambas as viagens, a minha presença se caracterizou pela identificação como pesquisador do turismo em Gramado. Nesse sentido, eu estava ao mesmo tempo como observador e receptivo a conversas com aqueles que estivessem disponíveis, fato que aconteceu, no meu entender, de forma satisfatória.¹¹

Voltando ao campo em Gramado, um outro meio de conhecer o turismo desta cidade foi através da *Jardineira das Hortênsias*, um ônibus panorâmico que tem como proposta percorrer certos locais da cidade considerados importantes para serem vistos pelos turistas. Passei também no meio rural, em duas *linhas* (Bonita e 28) por meio de uma agência local

¹⁰ As informações advindas da aplicação destes questionários não chegaram a ser compiladas, pois a dissertação tomou outro rumo, de modo que apenas algumas impressões foram aproveitadas e registradas.

chamada Fly Bus. Não incluo esta rica experiência em meu trabalho, visto se tratar de um universo não urbano, o que implicaria ampliar ainda mais o foco de análise desse trabalho. Mas foi a partir desse passeio que consegui uma entrevista com um guia de turismo que, naquele momento, estava coordenando o *tour*. Considerei também importante participar, sempre que possível, de eventos que aconteceram principalmente na *rua coberta*¹², como: o *Festival de Turismo*, a *Festa da Colônia*, a *Feira do Livro*, *Gramado Malha Fashion*, a *Feira de Artesanato* - com o objetivo de perceber a dinâmica da cidade ocasionada pela produção dos eventos.

Em pesquisa de campo, observei que, a partir das sextas-feiras, o movimento de pessoas no centro da cidade começa a aumentar, as ruas ficam difíceis de trafegar devido ao considerável aumento do número de automóveis dos turistas, além dos variados ônibus que constantemente chegam à cidade. Já nos dias de semana, principalmente de segunda-feira a quarta-feira, pude sentir bem mais a cidade e seus moradores. Cedo da manhã já podia notá-los sentados nos bancos da praça Nicoletti, nos bares mais discretos do centro onde costumam se reunir e conversar, a grande maioria homens.

Andar pelo centro foi uma tática para perceber sinais e ritmos das pessoas da cidade. Na frente do banco Bradesco, em um certo dia, observei um senhor cuidando das mudas de flores e notei que, logo próximo dali, em frente da prefeitura, também tinham trocado as antigas e murchas flores por novas, ainda tenras e frágeis, mas que iriam florir em breve para apreciação dos turistas.

¹¹ Considero que este material tornar-se-á diretamente mais útil em outro trabalho, contudo não deixo de lançar mão de alguns aspectos observados nessas duas experiências e que se mostram presentes nessa dissertação.

¹² Trata-se de uma pequena rua, com a extensão de uma quadra coberta, onde acontecem alguns dos eventos da cidade.



Foto 2: mulher pintando tapume

Certa vez, após meu almoço, caminhando pela avenida das Hortênsias em direção a Borges de Medeiros, avistei uma senhora pintando um cercado de metal que circunda um terreno onde anos atrás iria ser construído um Shopping Center, mas segundo a opinião de várias pessoas com quem conversei sobre esse assunto, as proporções que seriam dadas a esse empreendimento iriam prejudicar o comércio de rua, principalmente da Borges de Medeiros. Desde então o terreno se encontra baldio e cercado com um tapume de metal de dois metros de altura que, segundo a senhora que estava pintando: *Já está enferrujado em algumas partes e até agora ninguém fez nada para melhorar a aparência desse local bem no centro da cidade.*

Na verdade, esse terreno foi melhor percebido por mim quando fui caminhando até o hotel Serrano e depois até a igreja do Relógio, em uma região alta e próxima do centro. Ao chegar nesses dois lugares, tanto os turistas como os moradores da cidade podem ter uma idéia de que existe uma vegetação que tomou conta do terreno, onde as marcas das escavações, provavelmente, para as bases ou os alicerces da construção, tornaram-se apenas sinais de um projeto inacabado bem como um exemplo dos conflitos que a cidade trava com relação ao tipo de desenvolvimento ou de turismo que se deseja ver implementado em Gramado. Ou seja, como será visto neste trabalho, a avenida Borges de Medeiros é por muitos considerada *um shopping a céu aberto*, de forma que a construção de um shopping fechado, nos moldes que se conhece atualmente nas grandes e médias cidades brasileiras, descaracterizaria a peculiar configuração urbana do centro da cidade hoje existente.

Percorrendo o tapume que aos poucos se transformava em mural, em manifestação artística daquela senhora, avisto, ao dobrar a esquina, outras três senhoras também pintando. Fiquei ali observando o que pintavam e logo me aproximei, indagando a um homem que estava ali parado, possivelmente auxiliando-as de alguma forma, o que elas estavam fazendo. Ele me disse que era marido de uma delas e que elas pertenciam a *Associação de Artistas de Gramado*, que congrega músicos, pintores, artesãos, etc. Segundo esse senhor, elas resolveram pintar porque já fazia muitos anos que aquela proteção metálica estava ali, enferrujando. Por isso, resolveram *pintar coisas que tem a ver com a cidade*.

Observei que elas estavam desenhando flores de hortênsias, araucárias, pinheiros, a vegetação da região, fato que acabou criando imagens ou quadros de paisagens conforme o espaço do pintor na proteção metálica. As cores predominantes eram as frias (verde, azul, branco). Na realidade, isso me chamou a atenção pelo fato da população ou parte dela estar envolvida com a *aparência da cidade* da mesma forma que tem o

cuidado com suas casas e o plantio de flores nos seus jardins. Isso me remeteu ao que Iraci Koppe falou a respeito da população, a qual, a partir da *Festa das Hortênsias*, criou uma *mentalidade* de comprometimento com a cidade, de cuidado com ela, pois esse cuidado transformou-se em um dos pontos que os turistas indicam como razões para vir a Gramado¹³.

Nesse sentido, caminhar pela cidade, pelo menos parte dela, foi também uma forma de sentir o turismo em Gramado. Foi através do estabelecimento de locais específicos como, por exemplo, a praça central Major Nicoletti e/ou o Lago Negro que, por meio de abordagens diretas, conversei, em período de curta duração com aqueles turistas que passeavam com grupos de amigos, familiares ou em excursões.

Ao se tratar de uma pesquisa que incluía, de modo geral, tudo aquilo que envolvesse o turismo e os serviços direcionados para os turistas, procurei vivenciar algumas experiências, tais como: toda vez que me encontrava em Gramado para *per noite* ficava em diferentes pousadas ou em hotéis a fim de adquirir uma noção dos tipos de serviço prestados por estes estabelecimentos. Com relação ao valor das estadias, sem dúvida, me restringi àqueles estabelecimentos que ofereciam o menor preço ou a média dos mais acessíveis, sendo que os preços variam de R\$ 15,00 a R\$ 200, 00 por diária, dependendo da estrutura dos hotéis¹⁴.

Com o mesmo modo de abordagem do setor hoteleiro, pude verificar os serviços de parte dos restaurantes e bares, os quais constituem número aproximado de cento e trinta estabelecimentos direcionados ao turismo. Podemos encontrar nos serviços de gastronomia: lanchonetes do tipo "fast food", casas de cafés coloniais, churrascarias, pizzarias, pastelarias, galeterias, sorveterias e restaurantes especializados em comida

¹³ Tal fato será melhor explicitado posteriormente neste trabalho.

¹⁴ Segundo dados colhidos na Secretaria de Turismo, no ano de 2000, a cidade ofereceu noventa e um estabelecimentos entre hotéis e pousadas, num total de 5.349 leitos. Tais números variam constantemente ao considerar-se a abertura ou fechamento de hotéis e pousadas da cidade.

alemã, italiana, francesa, suíça. Muitos desses espaços oferecidos ao público em geral foram palco de diferentes contatos com moradores que atendem diretamente o turista.

O universo da gastronomia possibilitou-me entender a importância da comensalidade no desenvolvimento e manutenção do turismo em Gramado, a ponto de se pensar que esta temática garante um outro trabalho de pesquisa mais aprofundado. Como exemplo, uma forma de se perceber um caráter de diferenciação expresso no espaço urbano de Gramado, refere-se à imagem que reporta a cidade como *locus* de um estilo europeu. Tal aspecto pode ser facilmente reconhecido ao observarmos os nomes dos restaurantes, os quais nos remetem ao universo da língua européia, como por exemplo: *Grüne Alpen pizzeria, Mocerino Ristorante, Mason de La Fondue, Le Petit Clos, Il Piacere Ristorante, St. Gallen Restaurant, St' Humbertus Restaurant, etc.* Estes nomes, muito mais do que representarem a presença das etnias européias assim entendidas como pertencentes à cidade, parecem fazer parte das estratégias de propaganda que, segundo Baczko, constituem *meios técnicos e científicos de que as sociedades contemporâneas dispõem no domínio da produção e manipulação dos imaginários sociais. (1985:308)*

Entre as técnicas adotadas nessa pesquisa, também lancei mão dos registros em arquivo de imagens como fotos e filmagens por mim produzidas, além de reportagens feitas pela televisão, pelos jornais (basicamente Correio do Povo e jornal de Gramado) e revistas (Caras, Viva no Sul, Exame, Aplauso e Veja), bem como o vasto material de propaganda do turismo em Gramado elaborados em panfletos, cartazes e revistas, presentes implícita e explicitamente no trabalho. O uso da fotografia teve, em primeiro lugar, a finalidade de estabelecer relações com os registros escritos e, em segundo lugar, o papel de suscitar questões sobre as problemáticas aqui levantadas, além de acrescentar outras de suma importância no

processo de construção e elaboração de reflexões nesse trabalho, como poderá ser visto no último capítulo.

3. A CIDADE DE GRAMADO

Almoçando em um restaurante movimentado da cidade, percebi, entre um grupo de turistas que entraram nesse estabelecimento, uma jovem vestindo um moletom no qual estava escrito na parte frontal: / ♥ *San Diego*. Essa pequena frase me fez pensar em outras situações, nas quais eu já tinha visto, antes mesmo de iniciar esta pesquisa, pessoas com um tipo de moletom parecido com aquele, somente que tendo como referência Gramado. Sem dúvida, usar tal tipo de vestimenta parece indicar, muitas vezes, os lugares por onde as pessoas transitam, pelos diferentes espaços turísticos que visitam em seu país ou fora dele. Entende-se com isso, que esses espaços, sem considerar sua própria produção turística, são também universos pelos quais é possível perceber certos sistemas simbólicos.

Sendo assim, o ato de viajar, dependendo do lugar e motivo, traduz múltiplos sentidos. Em muitos casos, denota um certo teor de status social. Ou seja, em certas relações sociais uma pessoa “viajada”, por exemplo, pode significar uma pessoa “experiente”, “conhecedora”, que merece alguma consideração quando fala sobre o outro, pois teve chance de ter estado lá, conhecido outras realidades, outras formas de vida social, que lhe proporciona aferir certas questões referentes, por exemplo, ao ambiente físico-geográfico e ao comportamento entre o povo visitado e o seu próprio.

Neste caso, tal situação diz respeito muito bem aqueles momentos pós-viagem, quando as pessoas retornam às suas cidades e se encontram com amigos ou parentes possibilitando, com isso, o contar das experiências vividas. Quem sabe uma dessas pessoas seja uma menina, parecida com a do restaurante, com um moletom, assim como outros objetos adquiridos na viagem, identificando-se em uma primeira impressão como simples mercadorias, mas que, no entanto, signifique indícios de distinção social materializada na forma da vestimenta, e simbolicamente operante segundo os códigos sociais de um determinado grupo.

Durante o período em que estive em Gramado, não foi difícil perceber turistas comprando camisetas, moletons, bonés, muitos destes com a seguinte frase escrita: *Gramado Naturalmente européia*. Frase esta que, apesar de não constar mais como principal propaganda institucional pelos órgãos divulgadores na cidade, ainda é possível encontrar impressa em produtos em algumas lojas, talvez por ter se tornado uma importante mensagem-produto simbolicamente eficaz na criação de um prestígio a Gramado¹⁵.

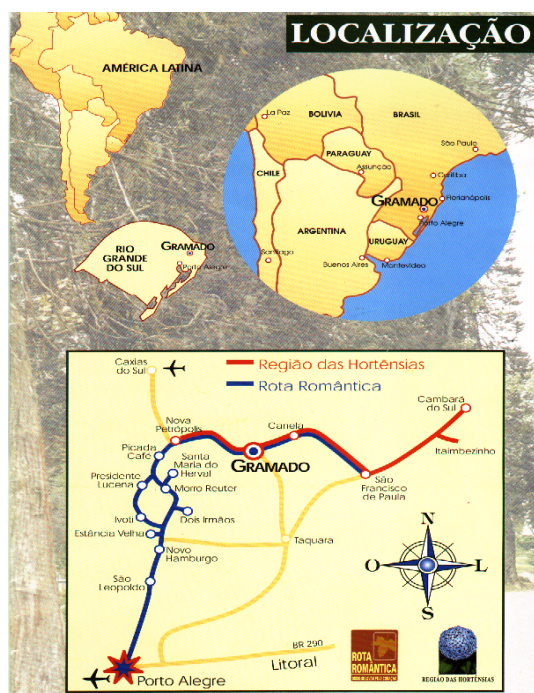
Nesse sentido, pressupõe-se aqui que é por meio de um certo prestígio social que a cidade de Gramado é conhecida sobretudo com relação ao turismo que, segundo dados da Secretaria Municipal de Turismo¹⁶, a cada ano atrai grande número de visitantes aos variados eventos que a cidade proporciona, envolvendo tanto atrativos "naturais" - paisagens, vegetação e clima local - quanto elaborados eventos produzidos para a apreciação dos turistas.

¹⁵ Canclini (1997) defende a idéia de que o consumo serve para pensar as relações sociais, visto que quando as pessoas selecionam os bens e se apropriam deles, define-se, com isso, o que é considerado publicamente valioso, além da maneira como estes são integrados e distinguidos socialmente.

¹⁶ Informação coletada na Secretaria de Turismo do Município de Gramado de data do 1^a de janeiro de 2000.

3.1 Dados de Gramado

Gramado localiza-se na serra gaúcha, a 885 metros de altitude, na encosta inferior do nordeste, parte onde se inicia a Mata Atlântica, se tomarmos como referência o sul do Brasil. O clima da cidade é de tipo temperado, com estações definidas, assim como o regime de chuvas. A cidade de Gramado possuía, segundo censo de 1996, 25.091 habitantes, sendo 20.804 (81%) residentes em áreas urbanas e 4.287 (19%) em áreas rurais. E o censo do ano 2000 revela uma população de 28.576 residentes, sendo 23.317 na área urbana e 5.259 na área rural, constatando-se assim um aumento na população, aspecto este ocorrido desde o primeiro censo realizado em 1955.



Mapa 1: Localização de Gramado

Não do mesmo modo, existem municípios da região como Cambará do Sul, Bom Jesus, São Francisco de Paula, cujos percentuais populacionais tem diminuído desde os primeiros censos feitos nestas cidades. Isto se explica em razão da saída de habitantes desses lugares para outros centros onde há maiores possibilidades de se conseguir emprego, como é o caso de Gramado devido a atividade do turismo¹⁷.

Ao se tratar de municípios da região, Gramado também faz parte de duas denominações turísticas: a primeira, é a chamada *Região das Hortênsias*, congregando Gramado, Canela, São Francisco de Paula e Nova Petrópolis. Essa atitude por parte desses governos municipais parece dar-se no sentido de agregar forças para conseguir atrair pessoas não somente para um município como acontecia no passado, mas para criar uma oferta de maior abrangência e atração por parte desta região receptora/investidora para com os turistas, consumidores também de outros pólos turísticos no Brasil.

A segunda denominação é a *Rota Romântica* a qual inclui 13 municípios de colonização européia. Segundo um panfleto, a rota desenhada sugere - com um ícone de um avião em pouso - que o turista inicie sua viagem a partir de Porto Alegre seguindo por São Leopoldo, passando por Novo Hamburgo, Estância Velha ou Dois Irmãos em direção aos Altos de Cima da Serra a partir de Nova Petrópolis, depois Gramado, Canela e terminando em São Francisco de Paula. No panfleto a rota faz seu percurso pontilhando os municípios integrantes e tendo como segundo plano de impressão uma folha da árvore Plátano em verde claro, espécie considerada exótica, originária de regiões de clima temperado.

Entre esse universo de cidades turísticas da região serrana, um aspecto importante a ser destacado é a relação que Gramado e Canela

mantêm entre si sob a ótica do turismo. Tal relação torna-se significativa quando pensamos que fazer turismo em Gramado implica quase que necessariamente passear em Canela, e assim vice-versa. Este fato pôde ser percebido, na pesquisa de campo, em conversas com turistas, tanto com aqueles que estavam inseridos em um pacote que incluía ambas cidades, como com os que, sem vínculo com agência de turismo, também as consideravam parte de um mesmo passeio. Isso talvez se ilustre ao observarmos a existência de uma avenida - *das hortênsias* - que as conecta mais do que as separa.

Como forma de conhecer melhor essa avenida, transitei a pé por ela, no sentido Gramado - Canela, até o limite territorial. Apesar de existir calçada para pedestres, esta não parece ser de uso preferencial por parte dos turistas. É basicamente uma avenida de fluxo de veículos, os quais são predominantes no que se refere ao meio de deslocamento dos turistas pela cidade. Ao longo dessa avenida encontram-se variados tipos de estabelecimentos comerciais, como por exemplo, Cafés Coloniais, casas ou fábricas de chocolate, pousadas, hotéis, restaurantes diversos, lojas de móveis e de artesanato, etc. Dessa forma, essa avenida é representativa em termos da oferta de produtos para comércio em Gramado/Canela.

Por meio das duas excursões já mencionadas, das quais participei com saída de Porto Alegre e destino a Canela (na parte da manhã), e Gramado (na parte da tarde), verifiquei que ambas cidades têm semelhanças quanto ao perfil dos atrativos. No entanto, Canela está se voltando mais para o *eco-turismo*¹⁷ e *turismo de aventura*, escolha esta que possibilita um diferencial com relação a Gramado que está centrada nos atrativos do perímetro urbano ou das áreas rurais, em especial, o modo de

¹⁷ Informações coletadas no escritório do IBGE localizado em Gramado.

¹⁸ Basicamente refere-se à caminhadas por trilhas junto a natureza da região de Canela, *rafting*, a cavalgada, camping. Conforme Ian Munt (1994), o ecoturismo é principalmente uma escolha das novas classes médias, que estariam voltadas à natureza.

vida colonial. O turismo rural em Gramado é certamente outra temática que merece investigação, mas isso seria assunto para outra dissertação.

Feitas estas ressalvas, não pretendo inserir em meu trabalho especificamente a relação entre Gramado e Canela, pois isto demandaria esforços que extrapolariam minha proposta neste trabalho. O que posso dizer é que na própria história do turismo de Gramado, a cidade de Canela é pouca comentada, fato que denota a existência de conflitos internos entre ambas cidades, principalmente, quando vistas como concorrentes. Tal aspecto é, no entanto, amenizado com o aumento da organização turística a nível da região “das Hortênsias”.

3.2 Turismo como atividade sócio-econômica

O turismo como uma importante atividade econômica, em Gramado, torna-se uma afirmação verdadeira quando percebe-se o grande número de vagas de empregos diretos e indiretos. Esta realidade sinaliza para algo que diz respeito à intensificação do turismo nas sociedades contemporâneas de forma mais global, resultando com isso no interesse de certas cidades no sentido de vê-lo como uma "alternativa" econômica que vem cada vez mais crescendo e se desenvolvendo em diferentes regiões do Rio Grande do Sul.

No caso de Gramado, o turismo tornou-se uma atividade fundamental para a economia da cidade. Este fato se constata quanto verificamos o setor da gastronomia e o de serviços. Em cada estabelecimento comercial que ia, tomei a iniciativa de investigar sobre a procedência daqueles que me atendiam e acabei percebendo o grande número de pessoas vindas de outros municípios do Rio Grande do Sul, ou mesmo de outros estados brasileiros em busca de empregos oferecidos pelo

comércio local envolvido com o turismo, ou ainda dispostos a montar seus próprios negócios. Este aspecto será melhor visto em seção posterior.

3.3 Os eventos

A Secretaria de Turismo de Gramado demonstra ter como meta a promoção de eventos a fim de garantir um fluxo "satisfatório" de turistas¹⁹ na cidade durante todo o ano, e isso se confirma no principal slogan da prefeitura: *Gramado Quatro Estações: Turismo o ano inteiro*. Segundo um assessor da secretaria, existem aproximadamente cento e vinte eventos na cidade durante o ano - como congressos, feiras e festas - promovidos por empresas particulares e agências de turismo, além de dez eventos organizados pela Prefeitura²⁰. De maneira geral, os eventos são caracterizados, segundo critérios locais, como: culturais, religiosos, desportivos e de negócios.

Esta grande quantidade de eventos, levando-se em conta qualquer cidade do porte de Gramado no Brasil, tem dado resultados numéricos aparentemente "positivos" ao considerarmos, por exemplo, o fluxo de turistas no ano de 1999, na ordem de 2.322.236 visitantes, representando um acréscimo de 45.5% com relação ao ano de 1998. Os períodos de maior fluxo turístico ocorrem nos meses de inverno e dezembro. Como exemplo, só no mês de dezembro de 1999 houve um fluxo de turistas na ordem de 448.735, atraídos, principalmente, pelo maior evento da cidade, o "Natal

¹⁹ De acordo com um assessor desta secretaria, o fluxo de turistas é medido de maneira aproximada, considerando a entrada de veículos nos dois Pórticos da cidade: o de Várzea Grande e de Nova Petrópolis.

²⁰ Os dez eventos promovidos pela Prefeitura são os seguintes: Gramado Fantasia, Festa da Colônia, Gramado Aleluia, Festival de Inverno, Feira do Artesanato, Feira do Livro, Festival de Cinema, Festa das Flores, Campeonato de Paraglider e Natal Luz. Vale ressaltar que alguns desses eventos depende do apoio financeiro de empresas da cidade para que sejam realizados.

Luz"²¹. Nesta ocasião, a cidade torna-se um grande “*show de luzes e cores*”, conforme anunciam folhetos que o divulgam.

Nesse sentido, podemos pensar Gramado com relação ao que Brandão (1989) fala sobre Ouro Preto (MG). Ele afirma que para este município ser uma cidade “de turismo”, ele precisa realizar-se em atrativos, seja por meio de promoções oficiais, seja através de situações de dinâmica nas ruas, pela produção e venda de produtos locais. Ou seja, a cidade, ao tornar-se turística, procura criar espaços, mecanismos e produtos de atração.

3.3.1 As belezas naturais e a produção de eventos

Segundo Iraci Koppe, Gramado necessita investir constantemente em novos eventos, bem como criar cada vez mais atrativos turísticos, pois a prefeitura de Gramado *gasta muito com o turismo*, diferente de outras cidades: *a cidade de Bento Gonçalves é uma cidade que investe pouco, atrai turistas somente baseada nas belezas naturais, gasta pouco*. Isso não significa que a natureza não seja um dos principais fatores de *marketing* e de atração turística, principalmente quando considera-se, segundo Urry (1992:03), que a natureza como paisagem foi historicamente uma construção cultural e social específica.

O que Iraci Koppe parece demonstrar é o quanto o turismo de Gramado tem se direcionado para uma constante produção de eventos a fim de conseguir atrair grande número de turistas que, cada vez mais, tornam-se indispensáveis para manter a organização turística que se estruturou na cidade. Isto se dá diferentemente em outras cidades onde o turismo ainda se mantém somente por meio da exibição das “belezas naturais”.

²¹ Este evento não foi foco de minhas incursões a campo, visto os interesses de minha pesquisa serem de cunho mais geral, ao invés de ater-me ao evento de maior poder aglutinador de turistas.

É interessante salientar que a natureza torna-se “bela” na medida em que leva em consideração a existência de um processo de aprendizagem, de elaboração social do gosto estético para com o universo da natureza como é o caso das araucárias, das hortênsias, dos lagos, das vistas dos belvederes presentes em Gramado. Segundo Urry (1992) esse processo de aprendizagem varia entre diferentes sociedades e entre diferentes grupos sociais. No entanto, este autor aponta um aspecto entre outros, presente nesse processo, que parece aqui relevante. Trata-se do consumo visual por meio da construção de ambientes físicos como uma paisagem (cidade-paisagem) embelezada para apropriação estética, nesse caso, por parte dos turistas. Ou seja, ainda segundo esse autor, as pessoas tornaram-se hábeis em comparar e contrastar diferentes paisagens e em adquirir capital cultural necessário a fim de realizar apropriados julgamentos de gosto, e é justamente o consumo visual da natureza que está baseado nesse julgamento estético. O importante disso é a relevância da dimensão estética como forma de construção de conhecimento a partir da prática turística e de uma gama de símbolos dos quais parte são inseridos nas elaborações do planejamento turístico em Gramado.

3.3.2 Idéia que se copia e evento que é copiado

Outro aspecto que constatei com relação a produção de eventos, pode ser exemplificado por meio do relato de Lúcia, moradora de Gramado: *é a capacidade que Gramado tem de criar novos eventos e depois todo mundo copia*. Lúcia se refere, assim como outros moradores com quem conversei, aos muitos outros eventos que acontecem no Estado e que, segundo ela, alguns foram inspirados nos eventos de Gramado. A idéia de originalidade permeia o discurso de muitos moradores envolvidos diretamente com o turismo. No entanto, o fato de algo ser original com relação àquilo que se oferece em termos de atrativo turístico no Brasil, não

significa que não tenha sido fruto de inspiração oriunda de outros lugares, onde a produção turística vincula-se a um turismo de inverno. Como exemplo, Décio, um morador funcionário da prefeitura, comenta o enfeite da cidade com luzes de Natal realizado no primeiro *Natal Luz: não sei, alguém se inspirou nas ruas natalinas de Nova Iorque, não se tinha idéia de que aquilo ia ser um sucesso, e depois ia ser copiado pelo Estado inteiro.*

Conforme o agente de turismo Carlos, *o turismo está no sangue do gramadense, a gente viu o turismo crescer e se desenvolver na cidade.* Esta afirmação, vinculada à história pessoal desse morador, que desde adolescente trabalha nesse ramo, torna-se razão pela qual Gramado produziu idéias e realizações de êxito neste âmbito. A comprovação disso, é exemplificada pelo comentário de Carlos sobre um encontro da área realizado no Chile. Segundo ele, a secretária de turismo de Canela, depois de ter apresentado, nesta ocasião, as atrações da cidade, é indagada sobre sua localização, mas a resposta só foi inteiramente entendida quando ela citou Gramado como vizinha.

Esse relato revela um tipo de comparação comum nos discursos dos moradores com relação a Gramado e Canela, sendo que a etnicidade local aparece como uma das justificativas da diferença entre estas duas cidade, no que diz respeito ao desenvolvimento do turismo.

3.3.3 A imigração alemã e italiana: a Festa da Colônia

Segundo consta em documentações escolares da rede municipal de ensino, assim como nos materiais encontrados no Centro de Cultura, o povoamento da localidade hoje conhecida como a cidade de Gramado deu-se, principalmente, por meio de uma colonização realizada por imigrantes alemães e italianos que, a partir do final do século XIX, vieram para a região trazendo consigo seus costumes, valores, hábitos alimentares,

etc.²² Cabe salientar que antes da chegada desses imigrantes já haviam na região famílias de origem luso-açorianas de maneira esparsa. Conforme publicação realizada com diversos autores chamada "Raízes de Gramado - 40 anos" (pg.288), a etnia *luso-brasileira* também possui uma presença significativa em Gramado, mas que, no entanto, não ganhou as dimensões como a italiana e alemã.

Nesse sentido, a imagem que se constrói da cidade, seja através da mídia seja da produção de seus eventos, privilegia as etnias italiana e alemã, como pode-se perceber, por exemplo, no caso da *Festa da Colônia*²³, onde principalmente a gastronomia e as danças originárias dessas duas etnias são ressaltadas.



Foto 3: Páscoa

²² Para pensar o processo de colonização no Brasil parece importante relacioná-lo a noção de "*Processo Civilizador*" de Norbert Elias (1994).

²³ Este evento aconteceu de 16 a 26 de março de 2000. Ele é considerado, de maneira geral, pelos moradores como o principal evento em que a população local participa, principalmente, das áreas rurais.

Tive a oportunidade de participar de tal evento em sua edição 2000, quando ao chegar na rodoviária, logo que comecei a me encaminhar para o centro da cidade, observei pequenas bandeiras nos postes de luz, simbolizando através das cores, os países da Itália e Alemanha. Seguindo em direção ao centro da cidade, acompanhando as bandeirinhas que traçavam o caminho até o evento, passei por algumas lojas de artesanato, as quais já expunham coelhos de pelúcia na frente das lojas sinalizando a aproximação do período de Páscoa.

O comércio, em especial, as lojas da região central que estão basicamente voltadas ao turismo, utilizam imagens, personagens do universo infantil sempre que possível, como bonecas de porcelana, de pelúcia, de tecido, objetos em miniaturas. É comum também, nesse sentido, encontrar em algumas lojas de venda de chocolate, bonecos feitos com esse produto, como: gnomos, duendes, branca de neve, coelhos, além do próprio Papai Noel sempre presente nas vitrinas intensificado bem mais no período do Natal.



Foto 4: Banca

Durante a *Festa da Colônia*, enquanto esperava por um desfile de *carretas* com moradores da zona rural do município, caminhei observando as variadas bancas expostas em parte na praça Major Nicoletti e outra parte na rua Madre Verônica - conhecida como *rua coberta*. Eram bancas representando basicamente as *linhas* (vilarejos das áreas rurais) pertencentes ao município de Gramado, além de associações, como: Associação dos Feirantes, Associação dos Produtores Orgânicos, etc.

As bancas, ao meu ver, significaram um espaço de expressão da gastronomia da comunidade das áreas rurais, onde é propiciada a venda de produtos como: salame e queijos, normalmente suspensos sob a armação superior de algumas bancas; vários tipos de geléias, doces variados, cucas, pães, pastéis, bolinhos de batata, cereais, legumes, ervas, vinhos, sucos etc. Os turistas circulavam entre as bancas, desviando-se da multidão concentrada naquele espaço, fotografando, filmando os acontecimentos e comprando os produtos que acumulavam-se em sacolas de plásticos. Outra parte do público mantinha-se à espera do desfile que teria como espaço a avenida Borges de Medeiros, onde os moradores percorriam por um lado da avenida e retornavam pela outra parte assim que estes alcançavam o término da praça Major Nicoletti em direção à rodoviária.

Próximo das dez horas da manhã ensolarada daquele mês de março, teve início o desfile de carretas. Observando aquele acontecimento tive também a oportunidade de fotografar momentos do desfile. Este caracterizava-se pela passagem de carretas puxadas a boi, cada uma enfeitada à sua maneira, com bandeiras, flores, folhagens, decorações de papéis coloridos em forma de laços, etc. Uma parte dos participantes desfilaram a pé, outros ficaram responsáveis pela condução das carretas, todas indicando a linha (Marcondes, Araripe, Bonita, etc.) de procedência através de pequenas placas afixadas na lateral das carretas.

Foto 5: Carretas



Foto 6: Mulher com pães

As carretas carregavam produtos agrícolas cultivados na zona rural, produtos derivados de origem animal, como de galinha, peru, porco, bezerros e instrumentos utilizados no trabalho da colônia. O desfile foi aberto por uma banda marcial local e dois grupos de danças italiana e alemã. De maneira tranqüila a comunidade em desfile retribuía os aplausos com sorrisos e cumprimentos à distância para com o público que não deixava de

fazer rápidos comentários ao ouvido sobre algum fato que chamasse a atenção, além do uso da câmara fotográfica e de vídeo sempre prontas para o registro.



Foto 7: Almoço na praça

Após o desfile, houve um grande almoço coletivo na praça Major Nicoletti, bastando somente escolher a banca com a culinária e preço que melhor agradasse àquele público que lotou todos os espaços dispostos em forma de grandes mesas. Com muita comida, muita bebida, muita conversa e danças, a festa terminou perto do entardecer, finalizando um evento que reunia elementos significativos da etnicidade local, manifestos pela comunidade e prefeitura, promotora do evento.

Esse evento teve a proposta de produzir um espetáculo turístico, onde a população local, na maioria da área rural, torna-se atração principal no meio urbano. O *colono* ao exibir, na forma de desfile, seu modo de vida, parece legitimar e dar sentido àquilo que Gramado, em termos de imagem, procura vender, isto é, um estilo europeu. Em especial, é na comunidade rural, aquela que muito se aproxima dos primórdios do povoamento da região serrana, que se encontram as *raízes de Gramado*.

Nesse sentido, tanto a comunidade como a cidade, de alguma maneira, atuam como espetáculo turístico a ser consumido pelos turistas: os espectadores são, ao mesmo tempo, coadjuvantes das situações criadas na cidade, pois é justamente a relação entre os moradores e seus visitantes que faz com se complete este cenário. Em um programa da RBS²⁴, no último Festival de Cinema Latino e Brasileiro de Gramado, realizado na primeira semana de agosto de 2000, um repórter, ao apresentar o diretor de cinema cubano Pastor Vega, comenta que este considerava a cidade um grande *set* de filmagem criado por um cenógrafo de cinema. Após esse comentário, o diretor é entrevistado e diz: *bellísima, non, mui agradable, a mas no hay Brasil, hay frio, no hay samba, no hay...nada, tamo en Holanda, non en Brasil.*

O que este diretor de cinema sugere é que Gramado contempla e articula aspectos identitários que, de uma certa forma, se contrapõe aos supostos elementos que caracterizam uma brasilidade ao mencionar sinais diacríticos esteretipados como o 'calor' (implicitamente) e o samba.

Os materiais simbolicamente utilizados em Gramado tornam-se distintos quando são ressaltados com relação aos de cunho nacional. Esta cidade parece pertencer à Holanda, conforme o diretor de cinema cubano, porque está em contraste com o que seria comumente identificado como Brasil mas, ao mesmo tempo, faz parte desse país. A diferenciação de Gramado se dá em contraposição ao Brasil, é isso que dá destaque, é o particular ou regional, que se opõe ao todo.

²⁴ RBS é uma rede de televisão com sua sede em Porto Alegre, associada à rede Globo. É também, segundo minhas observações, a mídia televisiva que mais noticia reportagens a respeito de Gramado.

4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A HISTÓRIA DO TURISMO EM GRAMADO

4.1 A história contada: dos veranistas à Festa das Hortênsias

Entender a história do turismo em Gramado não significa aqui discorrer somente sobre fatos do passado, mas concebê-los como parte de um processo de seleção e (re)significação de acontecimentos por aqueles que a contam. Segundo Bosi (1999:55), *lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e idéias de hoje, as experiências do passado.*

Não pretendo aqui fazer uma descrição exaustiva e detalhada sobre essa história, mas apenas apontar aqueles aspectos que tomam relevo nos registros e relatos analisados e que são pertinentes à pesquisa. Os materiais que tratam da história da cidade fornecem um considerável espaço ao fenômeno do turismo, possivelmente pela importância que esta atividade significa para Gramado.

Segundo documentação encontrada, a origem do nome da cidade refere-se a um local onde havia um *lindo Gramado perto de um riacho*, o qual servia de descanso para os tropeiros e carreteiros que por ali

passavam. De acordo com Iraci Koppe, os tropeiros, cansados após subir a serra, trazendo comida e outros materiais úteis para a construção e vestuário, ao chegarem na localidade onde hoje é a cidade, encontravam um gramado verde para ali acampar, assim como fontes de água que naquele período era comum na região.

Nesse sentido, a cidade parece construir sua identidade de origem como sendo um local de descanso para pessoas envolvidas com o comércio. Ainda hoje, pode-se dizer que a cidade caracteriza-se também como um local procurado para o mesmo fim²⁵, impulsionado pelo turismo.

Como tratado anteriormente, foi a partir do final do século XIX que colonos alemães e italianos, vindos de regiões próximas, iniciam o processo de povoamento do território onde hoje é Gramado. Logo tornam-se proprietários de terras transformando-as em lavouras que começam a surgir nas paisagens da região, resultado, por assim dizer, da *herança cultural* do povo europeu que há milênios já conhecia a técnica da agricultura. Dessa agricultura, os colonos retiram os produtos, que com o conhecimento culinário “herdado”, por exemplo, servirá de inspiração comercial para o posterior “Café Colonial”, como hoje é encontrado na cidade.

A expressão *herança cultural*, referida acima, pode nos remeter a noções como a de tradição ou legado cultural, comumente usados quando se quer falar sobre a transmissão de elementos do passado, de uma geração para outra, em uma longa continuidade temporal, sem que ocorra interferências ou que haja o menor possível de “mistura”, a fim de manter um estado puro, assim *autêntico*. A relação entre tais conceitos, neste trabalho, é entendida como um processo criativo de significação simbolicamente reconstruído no presente, nunca naturalmente dado, mesmo que faça referência ao passado. Dessa forma, a remissão ao passado implica

²⁵ Há muitas pessoas que possuem casas ou apartamentos em Gramado que utilizam como local de refúgio e descanso. Assemelham-se àqueles que no passado eram chamados de veranistas, conforme será visto no decorrer deste trabalho.

necessariamente um processo de interpretação que ressignifica o ontem no momento presente. Por isso, a idéia de não mutabilidade ou de uma essência que perpassa o tempo é perigosa. Está se considerando, então, a fluidez das imagens e das significações na memória, as quais são constantemente alteradas pela dinâmica das lembranças.

Conforme consta, Gramado enquanto vilarejo, aos poucos ia ganhando forma e tamanho, tornando-se conhecida por suas belezas naturais. E foi o atrativo da natureza, segundo Iraci, que trouxe à vila de Gramado - na época 5º distrito de Taquara - os veranistas²⁶. Estes vinham principalmente de localidades próximas e da região de Porto Alegre, hoje, área metropolitana. Na primeira metade do século XX, a natureza foi dada como o principal atrativo dos veranistas que costumavam visitar as diferentes cascatas que existem na região como: a cascata 'Véu de Noivas', a do 'Narciso', do 'Pinheiro' e do 'Caracol'; além de fontes de água como a 'Fonte do Amores'.²⁷

Segundo Iraci Koppe, os veranistas, como eram chamados na época, pois vinham nos meses de dezembro, janeiro ou fevereiro, já encontravam em 1918 os serviços do primeiro hotel do local, o hotel Bertollucci. Mais tarde, surgiram os hotéis Fisch, o Candiago e o Sperb. As reservas eram feitas com muita antecedência via correio, sendo que cada hoteleiro enviava à estação de trem, meninas uniformizadas com um "quepe" na cabeça onde lia-se o nome do hotel que elas representavam, entre essas estava Iraci Koppe .

²⁶ São chamados de veranistas aqueles que, a partir do início do século, hospedavam-se na cidade de Gramado no período do verão, durante quinze a trinta dias ou mais, diferenciando-se dos turistas que, a partir da década de 50, passaram a visitar a cidade por um período de aproximadamente dois ou três dias, atraídos inicialmente pelos eventos, em especial, a "Festa das Hortênsias".

²⁷ Atualmente, esses lugares são impróprios para banho, visto estarem poluídos em virtude da forma com se desenvolveu a urbanização na cidade. Ou seja, hoje estes atrativos se encontram entre alguns bairros da cidade os quais não possuem ainda um tratamento adequado de esgoto cloacal.

Foi com a chegada do trem na localidade - em 1921 - que o número de veranistas começou a aumentar *em busca do clima ameno do verão serrano*²⁸. Segundo Marília Daros, estudiosa e pesquisadora da história de Gramado, a escolha, em 1913, para sediar o 5º distrito de Taquara, que viria a ser a cidade atual de Gramado, pelo Capitão José Nicoletti Filho, se deu fundamentalmente em função do traçado da estrada de ferro que passaria pelo local, o qual não poderia fazer desvios na serra para chegar a outras vilas da região.

A esse respeito, noto que há divergências com relação ao motivo da escolha de Gramado como sede do 5º distrito de Taquara. Segundo José Augusto Zatti (1999), deu-se o contrário, ou seja, foi em razão da escolha que seu avô Major José Nicoletti Filho fez para que a sede do 5º distrito ficasse onde hoje é Gramado, que o trajeto do trem acabou sendo traçado daquela maneira. Já em conversa com uma moradora - assessora na Secretaria de Turismo - esta chama atenção para o fato de que foi o proprietário do hotel Serra Azul, conhecido como Perini, quem teria sido o responsável por trazer o trem a Gramado em virtude de suas influências no meio político daquele período. Cabe aqui salientar que essas pessoas estão inseridas em uma determinada realidade, ocupando uma posição social específica, de modo a revelar suas subjetividades na formulação dos dados históricos.

Referente ainda a esse período, é possível encontrar relatos nostálgicos e românticos, como, por exemplo, o de Joecy Lied Zatti em "Raízes de Gramado":

Aqui tudo era muito verdejante. Imperava a imponência da araucária e árvores frondosas abrigavam bandos de pássaros num constante e suave gorjeio. Córregos límpidos, cujo movimento das águas era uma harmoniosa sinfonia da natureza, flores silvestres em belíssimos matizes coloriam e

²⁸ Chamber (2000) nos fala que o advento do turismo moderno está ligado ao da infraestrutura, tal como o aperfeiçoamento dos transportes, os quais foram a base na inicial fase do capitalismo industrial.

perfumavam o ar, dirigindo-se ao azul do céu, que cobria a cabeça daqueles três jovens corajosos, que tinham diante de si um grande desafio. (1999: 9)²⁹

Nesse relato, como se fosse um desabafo, parece transparecer a preocupação que a comunidade de Gramado começou a sentir em virtude das rápidas e surpreendentes transformações que a cidade, a natureza e a comunidade sofriam em decorrência dos ajustamentos para construir uma estrutura turística. Dessa forma, o turismo veio a se desenvolver estrategicamente junto com o próprio desenvolvimento econômico e social da cidade.

Segundo Rodrigues (1999), o turismo tem se revelado, nas sociedades contemporâneas, como um fenômeno que exige constantes modificações em seus diferentes e possíveis arranjos, na medida em que ele desestrutura o que anteriormente já estava acomodado. A cidade de Gramado tem sido palco de transformações que ocorreram, principalmente, desde que seus moradores voltaram-se à prática da recepção do turismo.

MacCannell nos ajuda a refletir sobre este assunto quando diz que cada sociedade necessariamente tem outra sociedade dentro de si mesma. Segundo ele,

a sociedade moderna, somente parcialmente descomprometida com estruturas industriais, é especialmente vulnerável à ruína a partir do seu interior através da nostalgia, do sentimentalismo e de outras tendências a regressar a um estado prévio, uma "Idade de Ouro", a qual retrospectivamente sempre aparenta ter sido mais antiga ou normal.³⁰(1999:82)

O caráter da nostalgia emerge em um relato de Marília Daros quando comenta que ao andar pelas ruas da cidade atualmente, o que vê é a Gramado da época de *ouro*, isto é, do período do artesanato gramadense, das primeiras *Festas das Hortênsias*, quando a comunidade se envolvia

²⁹ Os três jovens referidos são Major Nicoletti, Pedro Benetti e Leopoldo Lied, reconhecidos pela cidade como os fundadores de Gramado.

³⁰ Tradução de minha autoria. O mesmo ocorre sempre que se tratar de uma citação cuja referência consultada seja em língua inglesa.

muito mais pelo *acreditar e o amor à cidade*, ressaltando que muitas delas trabalhavam sem remuneração. Seus sentimentos parecem sobrepor dois tempos, o do ontem, que torna-se atualizado pelas lembranças, e o do hoje, que torna-se ofuscado pela negação do presente ao afirmar as recordações do passado como mais significativas na formulação de sentido à vida social.

Ainda com relação a isso, Fortuna (1995) comenta que a nostalgia está presente enquanto promoção turística ao observar-se a descrição histórica e o significado dos lugares transmitidos pelos “intermediadores culturais”³¹, os quais estimulam a nostalgia produzindo um efeito de sentido a ponto de sacralização dos lugares turísticos.

Através dos relatos e registros encontrados, percebe-se uma valorização da natureza e da culinária existentes em Gramado no período dos veranistas que, em função da facilidade de acesso propiciada pelo trem, cada vez mais lotavam os hotéis da cidade na primeira metade do século XX. Conforme podemos perceber em um documento encontrado no arquivo municipal, sem referente,

De manhã, os hóspedes saíam a passear pela mata, ainda muito pródiga. Visitavam as cascatas, alguns andavam à cavalo vestidos de bombachas brancas e alpargatas. Voltavam cheirando a mato e a musgo.

Como pode-se verificar, a natureza no período dos veranistas é bastante ressaltada e apontada como razão primeira de atração. Atualmente, Gramado continua atraindo turistas, mas ao considerarmos as mudanças ocorridas no tecido urbano com o passar dos anos, não podemos deixar de considerar mais atentamente que parte delas sugerem a existência de um processo de ornamentação da vegetação local, em especial, de *rearborização urbana*. Segundo material cedido pela Secretaria de

³¹ Esta denominação se refere, neste trabalho, àquelas pessoas que são articuladoras, promotoras e responsáveis pela transmissão de idéias, visão de mundo, estilo de vida segundo determinados critérios e objetivos. Como exemplo, citaria os agentes de viagens, guias de turismo, promotores culturais, profissionais da mídia, etc.

Agricultura Municipal³², esta rearborização significa a opção por árvores *caducifólias*: *Para aumentar a insolação da cidade nos meses de inverno, diminuindo assim a umidade no ambiente urbano. Além disso, cada espécie escolhida possui seu próprio atrativo paisagístico.*

O plantio das árvores contempla espécies diversas, como o *Acer Palmatum*, que apresenta folhas arroxeadas no outono; o *Acer Negundo Variegata*, que possui folhas com a coloração amarelada nesse mesmo período e branca nas bordas no verão. Há também o *Prunus Pissardii* com intensa floração no início da primavera e folhas avermelhadas durante o verão. Outra espécie é o álamo prateado (*Populus Alba*) o qual possui folhas verde claro na parte superior e prateadas na inferior, produzindo assim, um efeito visual com o movimento em virtude do vento. Além de outras espécies cultivadas no *Horto Municipal*, há também o cuidado com as flores, produzidas em estufas, também considerando as estações do ano como, por exemplo, *Celosia*, *Tagetes*, *crisântemos*, *Onze-Horas*, *Lobélia*, etc., no período da primavera e verão; *Goivos*, *Amor-Perfeito*, *Calêndulas*, *Nemesias*, etc., no outono e inverno.

Esta vegetação considerada, pelos técnicos municipais, como exótica à região, tende a produzir um efeito de uniformização na maioria das ruas centrais da cidade, através do alinhamento e da tomada de um espaçamento único entre as árvores plantadas nas calçadas. A produção da vegetação pelos moradores confere com aquilo que os veranistas/turistas muito apreciam em Gramado, como será visto mais à frente. Sendo assim, compreende-se o empenho da cidade em criar um ambiente onde a natureza esteja presente e associada a uma paisagem imaginária européia, tendo como conseqüência, a sua valorização pelos turistas.

³² O documento, intitulado *Rearborização Urbana da cidade de Gramado*, faz parte de um projeto da prefeitura de Gramado juntamente com a Universidade Federal de Santa Maria.

Ainda no período dos veranistas, a comida é outro aspecto destacado, o que pode ser verificado em documento encontrado no Arquivo Municipal:

O dia iniciava para os veranistas com um farto café da manhã, acompanhado de pão sovado e assado no forno à brasa. O salame, schmier, nata, queijo, lingüiça, geléias, goibada, figada, uvada. Tudo era feito pelos hoteleiros que possuíam no fundo dos hotéis, vacas, galinha, patos, perus, porcos e uma grande horta, onde colhiam verduras, frutas e legumes, além de jardins coloridos de flores diversas... No badalo de um pequeno sino tocado à mão, anunciava o almoço. Em todos os hotéis a comida era farta e com muita variedade, porém o prato mais apreciado pelos veranistas era o bife assado na chapa do fogão a lenha.(Iraci Koppe, s/d)

O tipo de alimentação servido nos poucos hotéis existentes em Gramado, na primeira metade do século XX, é destacado como uma forma de satisfazer o melhor possível os veranistas, de forma a mantê-los por mais tempo hospedados. De acordo com Iraci, as mulheres que trabalhavam nos hotéis aprendiam diferentes formas de preparar as refeições também através dos veranistas, considerados pessoas cultas e ricas, que conheciam outros pratos culinários em virtude de viagens que realizavam, muitas para a Europa.

Torna-se conveniente relacionar a elite econômica de uma época com sua presença no passado, construindo, com isso, um discurso de que a cidade “tradicionalmente” recebe este tipo de visitante, e que atualmente o turismo de massa tende a “desvirtuar” esse fato da história do turismo de Gramado. Então, o recontar do passado parece privilegiar um determinado segmento social, visto o caráter de requinte da culinária que se quer ver associado também a Gramado. Segundo Igor de Garine: *Ao comer o homem se exterioriza, exerce de certo modo sua posição numa sociedade particular. Por isso, a busca de prestígio e distinção.(1987:05)*

Atualmente, a maioria dos hotéis e pousadas da cidade servem somente o café da manhã, considerado similar ao café colonial das casas comerciais da região, porém em menor proporção.

Com relação ao fluxo de veranistas, este não se manteve sempre constante. Vários fatores contribuíram para que houvesse uma diminuição com o passar do tempo, como: a interrupção da linha de trem e a preferência que muitos passaram a ter pelas praias do litoral gaúcho, as quais já estavam sendo loteadas, garantindo-os, assim, infra-estrutura. Considerando essa situação, começou a haver uma preocupação por parte das autoridades da cidade com relação a possíveis formas de se chamar a atenção daqueles veranistas para Gramado.

Então, a partir da emancipação da cidade em 1954, Iraci conta que o então prefeito - Walter Bertolucci - e seu amigo Oscar Knorr pensaram em realizar um evento para trazer, no período de verão, não mais apenas veranistas, mas também turistas à cidade. Foi com a primeira edição da "Festa das Hortênsias³³" em 1958, que Gramado começou a direcionar esforços no sentido do atrativo turístico. Segundo Iraci Koppe, rainha da 1ª Festa das Hortênsias, esta festa foi *um sucesso e a precursora* dos muitos eventos que hoje acontecem em Gramado. Com relação a isso, ela ressalta o papel da imprensa que passando a promover Gramado como uma cidade turística também acabou, ao mesmo tempo, a promover-se.

A esse respeito, atualmente, no período do inverno, pode-se observar a presença da RBS, a qual costuma instalar seu estúdio de televisão próximo à Igreja São Pedro, de onde são transmitidas notícias da região serrana com abrangência ao restante do Estado. A respeito dessa relação da mídia e do marketing que envolve Gramado, comenta Lourdes, uma funcionária do Sindicato da Hotelaria da cidade:

³³ As hortênsias foram trazidas da cidade de Petrópolis, no Rio de Janeiro, após uma viagem feita pelo casal João Leopoldo Lied e sua esposa Osvadina Lied em 1918.

Qual é o interesse da RBS? Pra eles Gramado é Ibope. Se tu disser que nasceu um tomate lá em São José dos Ausentes, por exemplo, e nasceu em Gramado eu acho que é diferente, mídia sabe disso.

A mídia televisiva, ao mesmo tempo que divulga a cidade, a toma como produto de audiência. Ela não escolhe Gramado somente por suas 'belezas', mas também por possuir visões de mundo e estilos de vida compartilhados enquanto grupos sociais muito identificados com uma dinâmica turística.

Conforme Iraci, com a "1ª Festa das Hortênsias" foi criada uma nova *mentalidade* na cidade referente ao modo de fazer o turismo:

...nós sempre tratamos bem o turista, e já desde o início, na primeira festa houve uma mentalidade, como que posso te dizer: dois gurizinhos arrancaram um monte de flores do jardim da praça e, foram vistos, então foi chamado o padre, os pais das crianças, o prefeito, fizeram as crianças plantarem todas as florzinhas nos seus devidos lugares. E que aquilo servisse de lição para todos os gramadense, porque de agora em diante Gramado não era mais cidade de veraneio e, sim, de turismo e nós tínhamos que enfeitar a cidade para que o turista viesse aqui todo o ano.

Torna-se pertinente esse comentário em que aponta o fato de ter havido uma mudança de *mentalidade* bastante significativa quando avalia-se Gramado e seu processo de construção de uma imagem, de cidade *encantada*, a ser passada aos turistas. Nesse sentido, a população assume a responsabilidade pelo seu embelezamento, na criação de uma "cidade-paisagem", admirada por sua estética urbana, seja na arquitetura, ou no intenso cultivo de flores, especialmente, das hortênsias, flor símbolo da região. É interessante notar, com relação às datas dos grandes eventos realizados pela cidade, a preferência para que estes ocorram predominantemente no período do inverno, e não mais somente no de verão. Paulatinamente, optou-se por um deslocamento temporal para o período do *frio*, levando-se em consideração a concorrência com a opção das praias no

verão, pela população no Brasil e, assim dizendo, por uma considerável parcela do público que também frequenta Gramado.

Rosa, moradora e funcionária da Biblioteca Municipal, após ter comentado sobre a mudança de ênfase para o período do inverno, antes dada ao verão, diz:

Os veranistas não vinham no inverno porque não tinha infraestrutura. O inverno é um diferencial com relação ao turismo de praia arraigado no verão no Brasil, no inverno nós reinamos absolutos, então nos começamos a nos equipar.

Nesse sentido, pode-se apontar para a criação de um projeto turístico por parte de certos segmentos sociais da cidade, implicando, com isso, a implementação de um constante processo de produção de eventos, pois dessa forma tornar-se-ia possível garantir um fluxo de turistas correspondente às expectativas de seu desenvolvimento sócio-econômico local. Nesse sentido, Castro nos diz:

Seria ingenuidade, no entanto pensar que um local possa ser 'naturalmente' turístico. Seu reconhecimento como 'turístico é uma construção cultural - isto é, envolve a criação de um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada.(1999:81)

O desenvolvimento desse projeto turístico, que aos poucos foi se configurando, somente foi possível, segundo dados da pesquisa, em virtude da contribuição e iniciativa de determinados moradores da cidade. A próxima seção tratará de explicitar a importância de algumas dessas personalidades, selecionadas por serem as que mais se destacam nos relatos e materiais pesquisados. Tais personagens, imigrantes europeus ou descendentes vindos para Gramado, lançaram produtos associados e relacionados a um estilo “europeu”. Nesse sentido, lugares foram criados, e os produtos ganharam predicação de ser “de Gramado”.

4.2 Personalidades históricas e seus feitos

Assim como Oscar Knorr e Walter Bertolucci foram importantes na realização da 1º Festa das Hortênsias, outras pessoas também são destacadas pela sua participação na história de Gramado, na medida em que chegaram na cidade e ajudaram no desenvolvimento do turismo. Entender as realizações dessas "personagens" da história, é uma forma de compreender os valores e as representações sociais presentes nos discursos dos moradores sobre si mesmos. Tal questão ganha clareza quando prestamos atenção, por exemplo, na fala de Cíntia, moradora proprietária de uma agência produtora de eventos:

Nós tivemos a sorte de ter aqui em Gramado algumas pessoas muito especiais. Uma delas que fez muito bem para a cabeça das pessoas aqui foi Elisabeth Rosenfeldt. Ela veio da Europa, ela tinha outra cabeça, ela influenciou tudo que hoje se vê envolvido com o turismo. Ela foi uma mulher fantástica.

4.2.1 Elisabeth Rosenfeldt e o “artesanato gramadense”

De acordo com documentação e relatos de determinados moradores, **Elisabeth Rosenfeldt** é considerada impulsionadora do chamado "artesanato gramadense"³⁴, a partir de 1965. Ela é apontada como pesquisadora e promotora na elaboração de produtos artesanais, em especial, ajudando na origem da indústria moveleira local, pela introdução de novos estilos estéticos, tornando a cidade conhecida pelos trabalhos artesanais como móveis, tapetes, tapeçarias de parede, objetos de decoração, pintura, etc.

³⁴ Anterior a chegada de Elisabeth Rosenfeldt, os documentos históricos apontam Antônio Accorsi - 1925 - como o fundador do artesanato em vime, o qual se especializou na fabricação deste artesanato, em especial, bengalas as quais eram vendidas aos turistas que as exibiam nas ruas de Gramado.

Um exemplo a esse respeito são as lojas de móveis sob a denominação “de Gramado”, as quais podem ser encontradas em centros comerciais em alguns municípios no RS. Com relação a isso, conversando com alguns moradores, estes colocam que Gramado tornou-se uma “*griffe*” para fins comerciais, revelando assim, uma certa insatisfação no que se refere à comercialização do nome da cidade, o que possibilita que qualquer pessoa, em especial investidores de fora, o usem sem critérios, correndo o risco da simples especulação da cidade.

Este fato diz respeito ao temor desses moradores no sentido de uma *descaraterização* da cidade via uma livre mercadorização do conceito de Gramado, criado própria população local envolvida com o turismo. Segundo Haag (1998), houve uma linguagem construída e compartilhada pelos moradores na formulação de um conceito relativo aos produtos manufaturados, os quais beneficiam-se da predicação que lhes é auferida - de ser “de Gramado”. Então, sob esse ponto de vista, este conceito lhes permite deter posições nos mercados em que são ofertados, posições nos mercados dos bens simbólicos, por assim dizer.

Em 1966, Elisabeth Rosenfeldt cria uma peça conhecida como “deus do bom humor”, ficando em exposição em seu espaço de trabalho. Mais tarde, réplicas foram distribuídas a visitantes ilustres na cidade. Em 1967, foi considerada o símbolo do artesanato “de Gramado”. Posteriormente, recebeu a denominação de “Kikito” e, em 1973, foi instituída como objeto de premiação oficial do Festival de Cinema de Gramado.

Segundo Marília Daros, quase não existe mais, nos dias atuais, um artesanato *autêntico* de Gramado, mas sim, o que se encontra facilmente na cidade são peças de artesanato e *souvenirs*, os quais podem ser comprados em qualquer lugar do Brasil. Com relação a isso, ela diz: *às vezes os turistas compram artesanato mais caro aqui e que pode vir da própria cidade deles*. Esse tipo de comentário é comum na fala dos moradores com os quais conversei sobre o atual artesanato presente no

comércio local. Esses moradores, de maneira geral, percebem o “artesanato gramadense”, do período de Elisabeth Rosenfeldt, como um fator de diferenciação e que se destaca no universo de objetos de consumo. Toda a associação simbólica vinculada ao objeto, nesse caso ao artesanato produzido na cidade, garante a transferência àquele que o compra, dos significados atribuídos ao objeto, isto é, “de Gramado”.

Outra crítica ao artesanato atual diz respeito ao fato de que este não incentiva o aproveitamento da mão-de-obra local através do treinamento de técnicas que acabaram caracterizando o “artesanato gramadense”, no sentido de que as peças são produzidas em outros lugares, não possuindo uma vinculação à cultura e à história local. Mesmo sendo Elisabeth Rosenfeldt originária de outro país (Alemanha) e, somente mais tarde vindo residir em Gramado, o que é valorizado é que a produção, além de ter se dado nesta cidade, tenha sido criada por uma pessoa *culta*, com vínculo a uma cultura européia, nesse caso, a alemã.

Alguns turistas, principalmente aqueles que disseram conhecer Gramado já de muitas visitas, apontam para o fato reclamado por Marília Daros, como é o exemplo de uma turista que diz: *antes era melhor, agora é só mercadoria do Paraguai, e mais caro do que outros lugares*. Então, parece que o turista em geral também valoriza o diferencial apontado, pois, ao adquirir um produto característico ou “autêntico” de um determinado local, estará trabalhando melhor com significações simbólicas de distinção ao retornar ao seu meio social. Nesse sentido, contrapondo-se à crítica de Marília Daros sobre os turistas que compram sem se preocupar com a origem dos produtos, também existem aqueles, como descrito acima, que percebem que o que está sendo vendido não é produzido no local e, dessa forma, não podendo se caracterizar como um produto “de Gramado”.

O critério de autenticidade³⁵ indica seu reverso, qual seja *o que não é dali, ou que não tem mistura com que é de fora*. Desse modo, parece haver uma valorização de um certo grau de “pureza” das coisas, no sentido de não sofrer nenhuma influência externa. Nesse sentido, percebe-se a remissão da construção da identidade social em Gramado, que não permite também definir-se a partir de uma *mistura* que não se diferencie ou não se distinga, em épocas de produção em massa de mercadorias, de símbolos, de desejos.

Para entendermos melhor o significado de identidade social, resgatamos a definição de Oliven:

Identities são construções sociais formuladas a partir de diferenças reais ou inventadas que operam como sinais diacríticos, isto é, sinais que conferem uma marca de distinção. (1992:26) (...) são representações formuladas em oposição ou em contraste a outras identidades. (1992:127)

Este ponto de vista se verifica quando se vislumbra o fenômeno do turismo como gerador de identificação a partir da diferença. É exatamente essa construção social com base na diferença que o turista também, em grande medida, aprecia e torna-se interessado em conhecer.

Conforme Brandão (1986) os objetos são desejados porque são simbólicos, e em qualquer cidade podemos verificar configurações de objetos e símbolos. No entanto, em cidades voltadas ao turismo, essas se dão de maneira intencionalmente mais visíveis, em virtude daquilo que esses objetos podem implicar na diferenciação da cidade.

³⁵ Para Ever Chamber (2000:98), a noção de autenticidade está diretamente relacionada à de autonomia. Para este autor, uma comunidade autêntica seria aquela que consegue lidar com suas influências externas de forma autônoma, muito mais do que aquela sem influências, ou puras, o que nos dias de hoje seria difícil de conceber.

4.2.2 Leopoldo Rosenfeldt e os cenários por ele criados

A segunda personalidade também considerada importante para história do turismo de Gramado, preocupada com o embelezamento da cidade, é **Leopoldo Rosenfeldt**. Apesar da semelhança no nome, não possui nenhum parentesco com Elisabeth Rosenfeldt. Filho de imigrantes alemães, nascido em Porto Alegre em 1899, Leopoldo Rosenfeldt chegou a morar na Alemanha durante a Primeira Guerra Mundial. Em 1918, de volta ao Brasil, morou em Porto Alegre e Montenegro antes de mudar-se para Gramado em 1937. Leopoldo é tido como um dos principais incentivadores do turismo na cidade, visto ter projetado obras como o Lago Negro³⁶, o Lago Joaquina Rita Bier, o Parque Hotel e administrado o loteamento da "Villa Planalto", todas direcionadas aos veranistas que costumavam vir para Gramado e ficar um mês, dois meses³⁷. Foi também o primeiro a fazer um roteiro turístico da cidade chamado *Gramado, Maravilha do Veraneio*, divulgado em Porto Alegre e no resto do Estado.

As obras acima mencionadas, são hoje importantes pontos turísticos, paradas "obrigatórias" com relação ao roteiros por parte das agências de turismo da cidade. Anterior a esse caráter de atrativo turístico, são cenários que traduzem uma concepção estética socialmente compartilhada. Um exemplo disso, foi a escolha da cidade de Gramado para o lançamento do primeiro veículo fabricado pelo processo de montagem da *General Motors* de Gravataí. O jornal *Correio do Povo* (03/09/00) publicou uma reportagem de anúncio do lançamento, com uma fotografia do automóvel, em primeiro plano, e tendo como cenário de fundo o Lago *Joaquina Rita Bier*. Esta imagem parece representar o investimento na

³⁶ Segundo documentação, o Lago Negro, originado de um pequeno e escuro açude, foi ampliado e circundado, em 1953, por hortênsias, azaléias, alamos, ciprestes, compondo o reflorestamento realizado por Leopoldo Rosenfeldt. Este lago foi uma das primeiras atrações na intenção de criar um tipo específico de paisagem, algo que acabou sendo vinculado a um estilo europeu.

³⁷ Os veranistas procuravam Gramado no verão. Agora a cidade divulga-se como sendo para viver o ano inteiro.

produção do conceito do novo automóvel por meio do uso do cenário da cidade ou do nome de Gramado.



Figura 1: O Celta e o Lago

4.2.3 Oscar Knorr, o parque Knorr e a preocupação com a arquitetura de Gramado

Denominado *o rei das hortênsias*, Oscar Knorr era um apreciador de flores, de modo que incentivou o processo intenso do cultivo desta espécie pela cidade de Gramado e arredores. Filho de imigrantes europeus (mãe polonesa e pai alemão), nascido em Taquari, no Rio Grande do Sul, morou em Porto Alegre, São Leopoldo e também na Alemanha. De volta ao Brasil, pouco antes da segunda Guerra Mundial, Oscar Knorr morou em diversos lugares, inclusive em Buenos Aires, antes de mudar-se para Gramado. Conforme consta em material pesquisado, logo que chegou em Gramado, Knorr decidiu-se pela compra de cinco hectares, onde construiu

uma casa em estilo bávaro, situada no centro do atual Parque Knorr, hoje um dos principais pontos turísticos da cidade. Este parque, como já dito anteriormente, foi o local da primeira festa impulsionadora do turismo em Gramado, a "Festa das Hortênsias".

Hoje, de propriedade da Varig, o Parque Knorr cede seu espaço para outro propósito inteiramente diferente do inicial. Atualmente, a casa é a *morada do Papai Noel*. Uma casa repleta de objetos importados da Europa a fim de trazer aos olhos do turista o *espírito* natalino. Existe também uma "fábrica" do Papai Noel, repleta de presentes e souvenirs - xícaras, camisetas, fitas de vídeo, canetas, etc. , além de alguns bonecos eletrônicos em tamanho humano, que fazem movimentos constantes e repetitivos, tentando passar uma impressão de realidade de uma fábrica em funcionamento.

Com relação a este empreendimento - *A Aldeia do Papai Noel* - como outros que vieram a surgir na cidade, Marília Daros demonstra sua preocupação quando aponta que este tipo de investimento não leva em conta a "*história*" da cidade. Nesse sentido, ela diz:

o turismo atual não se importa com a história da cidade, gastam muito dinheiro com o turismo, mas a história da cidade é que vale mais (...) o turista vem a cidade e sai sem saber quem é o gramadense. Eu acredito que a história é um dos maiores atrativos em qualquer cidade turística.

Para ela o turismo desejado é o denominado turismo *suave*, isto é, aquele que respeite a *história* da cidade, o patrimônio histórico e corresponda a um turismo voltado às *realizações culturais*. Esse tipo de avaliação percebe-se também em outros moradores quando verificam que um certo tipo de empreendimento está muito dissociado daquilo que até então identificava um determinado local para a comunidade, como é o caso do Parque Knorr transformado em "Aldeia do Papai Noel", cuja proposta não contempla diretamente a história local que parece ser a razão justificável, sob o ponto de vista desses moradores, para o turista vir apreciar na cidade.

Conforme será visto posteriormente, o turista qualificado, para os moradores, é aquele que consome na cidade, isto é, que aproveita da melhor forma possível a estrutura oferecida, colaborando para a manutenção da dinâmica turística local. Já com relação ao turismo, este torna-se qualificado na medida em que associa a história da cidade a um determinado atrativo, visto ser dessa forma que se diferencia de um evento ou de um local meramente comercial, profano, como é o caso da *Aldeia do Papai Noel*. Por outro lado, este local não deixa de transformar-se em sagrado na medida em que foi “escolhido” pelo Papai Noel - personagem mitológica ocidental - para sua *morada*, conforme orientação a partir de um vídeo apresentado aos visitantes quando estes chegam ao parque. Disso resulta a denotação deste espaço como sacralizado³⁸, pois não se trata de um lugar qualquer, mas do *escolhido* pelo Papai Noel.

Este aspecto me remete a uma situação, quando estive na Secretaria de Turismo do Estado a fim de conseguir algumas informações básicas sobre o projeto do Estado “Viajando pelo Rio Grande”. Em conversa com uma funcionária deste órgão público, ela comenta que Gramado é uma *criação*, uma *ficção científica*, visto ser uma cidade montada, construída para fins de turismo, diferente de outras cidades onde já existe algo do próprio local que pode servir como atrativo. Ela exemplifica dizendo que, assim como Gramado, existe também uma cidade chamada Santo Augusto, a qual criou a *Rota das Orquídeas* cuja flor não é “natural” da região.

Este tipo de comentário parece estar implícito nos discursos dos moradores com os quais conversei quando, por exemplo, Carla, uma funcionária de uma agência de desenvolvimento do turismo da *Região das Hortênsias*, diz: *Esse estilo, que parece uma cidade de boneca, como muitas*

³⁸ Mike Featherstone comenta : *os bens de consumo tidos como mundanos se transformam em posses muito estimadas, tornando-se sagradas. Para ele, a sociedade moderna dificilmente pode ser considerada simplesmente um mundo de material profano e simbolicamente empobrecido.* (1995:168)

peessoas falam, é da arquitetura do estilo dos imigrantes. A gente tem que seguir nossas raízes.



Foto 8: Casa Masotti - casa de boneca

Nesse sentido, a forma de conceitualizar Gramado com os termos: *cidade de boneca*, *ficção científica*, *ilha da fantasia*, permite criar o contraponto nos discursos de certos moradores quando dão ênfase à história da cidade vinculando-a aos atrativos turísticos. Dessa forma, garante-se um efeito que sacraliza, por assim dizer, estes atrativos antes profanizados, com base em uma “tradição histórica”, evitando, com isso, uma associação pejorativa à cidade como, por exemplo, dada à arquitetura.

Segundo um arquiteto da prefeitura, o estilo de construção arquitetônico em Gramado é denominado *bávarafalk*, isto é, a estilização de um estilo *apenas para turista ver*. A esse respeito, argumenta que, na realidade, a comunidade tem intenção de preservar e manter uma qualidade de vida e não deixar que construam grandes edifícios em um *estilo comum* encontrado em quase todas as cidades. Para ele, o “autêntico” estilo arquitetônico de Gramado é *a casa do Major Nicoletti, a raiz de Gramado*.

Novamente vemos o critério da autenticidade - casa do Major Nicolletti - associada ao passado, nesse caso, aos primórdios da formação da cidade.

Este critério de autenticidade parece informar que quanto mais distante no tempo histórico da cidade e, quanto menos sofrer modificações, mais próximo algo está de definir-se como autêntico, neste caso, a casa do Major Nicoletti. Dessa forma, diferencia-se do *estilo comum* de edificação apontado acima, o qual diz respeito ao estilo moderno de arquitetura massificado nas cidades brasileiras.



Foto 9: Prédio das Hortênsias - uma *ferida* no centro da cidade

Para que essa massificação não ocorresse, no caso de Gramado, foi necessário um projeto arquitetônico para cidade cuja proposta tende a selecionar e aglutinar as edificações e caracterizá-las por um processo de “europeização” da arquitetura local. Há um edifício na cidade - denominado *das hortênsias* - o qual é considerado uma *ferida*. De acordo com Fabiano, proprietário de uma agência de turismo, *quando construíram o edifício das hortênsias, se não tivessem uma lei para proibir a construção de outros iguais, Gramado perderia a beleza*. Da mesma forma, Cíntia comenta:

tu não pode exigir que construa como tu quer, é uma opção das pessoas, mas tu pode incentivar seguir um estilo. O prédio do centro, agora eles estão colocando uma gaitinhas de madeira, aquele prédio foi uma ferida no centro de Gramado. Então, nada foi jogado, tudo foi muito cuidado, veja o Banco do Brasil, o Barrisul, a CRT, foram construídos em um projeto diferenciado.



**Foto 10:
Banco
Barrisul**



**Foto 11: Banco
do Brasil**

Os traçados, os detalhes nas casas e nos edifícios, nesse caso, representam sinais diacríticos, realçam fronteiras, limites simbólicos entre o estilo arquitetônico de Gramado com relação a outras cidades brasileiras, onde há outros critérios estéticos. Dessa forma, muito mais do que se pensar

em uma homogeneização da arquitetura na cidade, é de se vê-la enquanto instâncias de diferenciação com relação a outros estilos fora de Gramado.

4.2.4 James Prawer e a gastronomia

Outra personalidade importante é James Prawer³⁹. A partir de seu trabalho como dentista, Prawer passou a visitar a "colônia" para ver seus pacientes, os quais, segundo ele, o tratavam, nessas ocasiões, como uma "visita de autoridade"⁴⁰. Nesse sentido, ofereciam-lhe o chamado *Café Colonial*, o qual era servido como de costume quando chegava uma visita importante. Desse modo, Prawer pôde observar a variedade gastronômica que era servida na mesa do colono. Em 1973, ele inaugura um importante e destacado *Café Colonial* para fins de comércio, o "*Café Colonial Bela Vista*", existente até os dias de hoje, mas não mais de sua propriedade.

Atualmente, o *Café Colonial*, no âmbito do comércio, oferece em torno de 80 produtos "coloniais" tidos como originários da região, conforme panfleto: *a mesa farta e saborosa dos imigrantes italianos e alemães*.

Para Erve Chambers (2000) em muitas sociedades a comida e a bebida aparecem desempenhando um importante papel como o primeiro gesto feito ao visitante. Esta forma de hospitalidade do *colono* antes vinculada a uma forma de reciprocidade entre o anfitrião e o visitante, nesse caso, ao dentista James Prawer, hoje, torna-se ressignificada no *Café Colonial* mercantilizado e simbolicamente remetido ao critério étnico. Para este autor, turismo e hospitalidade são dois lados da mesma moeda, sendo necessário fazer uma distinção entre hospitalidade - uma característica da relação entre o viajante e a comunidade que este visita - e a mediação da

³⁹ As informações sobre Jaymes Prawer mencionadas neste trabalho foram obtidas através de livros e documentos do Arquivo Histórico Municipal, além de uma entrevista gravada por Marília Daros - moradora e pesquisadora da história de Gramado.

larga e extensa indústria da hospitalidade que tem emergido em resposta ao turismo moderno.

É possível fazer uma analogia entre a *fartura* do Café Colonial com aquilo que Maciel se refere em seu estudo sobre o churrasco:

Em geral sobra, mas isso faz parte do jogo - é necessário que sobre para significar abundância, profusão. Ainda que não seja um grande banquete, ele se opõe à austeridade e num país onde os pobres são tão numerosos, marcar a abundância e mesmo, de uma certa maneira, o desperdício, é marcar uma diferença social do grupo que o partilha. (1996: 37-38)

Refletindo sobre essa situação do Café Colonial, podemos percebê-lo como a simbolização de uma fartura não existente no cotidiano do colono. Segundo Koppe, *muitas vezes, o colono até mede o pedaço de queijo que vai botar na mesa*. Ou ainda, segundo Marília Daros *o café do colono tem aquilo que o colono produz, o café colonial aqui teria que ter aquilo que Gramado produz colonialmente..*

Nesse sentido, Maciel (1996:35) questiona, baseada em Jean-Louis Flandrin, até que ponto uma determinada e conhecida *comida regional faz parte da realidade alimentar cotidiana de seus habitantes*, ou se não passa de uma representação ligada à identidade através de estereótipos. Tal questão parece bastante pertinente no que se refere ao Café Colonial.

Como pode-se verificar, o que é servido no Café Colonial não diz respeito somente a satisfação de necessidades biológicas, mas, de acordo com Woortmann, *preenche também funções simbólicas e sociais* (1978: 04). Segundo Bourdieu (1989), o poder simbólico investido nos objetos nada mais é do que um poder de construção da realidade; ou melhor, um poder que envolve uma luta constante para definir a realidade. Esta definição, no caso do café colonial, torna-se concreta através do ritual da comensalidade sociabilizada na mesa, onde dificilmente o turista se encontra

⁴⁰ O mesmo tratamento era dedicado a médicos, professores, juízes, delegados, padres, etc.

sozinho, praticamente sempre em grupo compartilhando a refeição e valores subjacentes a situação de fartura.⁴¹ A grande quantidade e variedade de alimentos reafirma de maneira implícita o processo cultural na elaboração dos produtos estrategicamente vinculados ao trabalho do colono alemão e italiano em contraposição ao *pão com manteiga*, expressão comumente relacionada ao lanche matinal do brasileiro.

Um outro produto cuja principal responsabilidade pela introdução a nível comercial é também atribuída a James Praver é o chocolate "*de Gramado*". Hoje, ao caminharmos pela Borges de Medeiros, no centro de Gramado, facilmente encontramos as casas de venda de chocolate. Como exemplo, há a Praver Chocolates Finos Gramado, a qual possui uma propaganda que diz: *Gramado é prazer, prazer é Praver*. A cidade é remetida ao prazer de comer chocolate, de experimentar os 120 sabores e formas de chocolate, tipo fondue, dietético, barras, drágeas, bombons com recheios macios, cremosos, licorosos, etc. Outra casa de chocolate - Lugano, Chocolate Caseiro - traz como idéia a frase: *O chocolate com gostinho de Gramado*. Novamente a cidade é associada ao gosto do chocolate, visto que é exatamente em razão desse chocolate ser "caseiro" que o faz particular, isto é, o marketing visa diferenciar o chocolate "de Gramado" do de outros lugares.

Da mesma forma como os produtos coloniais, o chocolate "caseiro" transmite uma idéia de produto artesanal, em oposição ao chocolate industrializado que não possui uma identidade localizada, sendo comum como qualquer outro produzido em outros lugares. Assim sendo, cria-se uma "identidade" ao produto fundada na cultura que garante, por sua vez, novas significações a este bem. A partir do ritual de consumo, por conseguinte, esta identidade ligada à cidade, aos seus habitantes, agora

⁴¹ Segundo Naomichi Isbige, *fica claro que comer não é para o homem em ato individual e sim uma atividade eminentemente social. A comida é algo para ser partilhado, não para ser consumido a sós.* (1987:18)

passa aos consumidores. Deste modo, ocorre uma transferência de significado outrora restrita às táticas de *marketing*. (MacCracken, 1990)

4.2.5 Annelies Rosenfeldt Bertolucci e as malharias

A última personalidade é a filha de Leopoldo Rosenfeldt, **Annelies Rosenfeldt Bertolucci**, a qual desejando aumentar sua renda familiar, e através da leitura de uma revista alemã, descobriu a existência de uma máquina de tecer malhas lisas e bordadas com muito colorido. Por meio de um conhecido piloto da Varig, a máquina de marca *Knitax* chegou às suas mãos e, após ter lido atentamente o manual no idioma alemão, pôs em prática seu trabalho. As costuras das malhas eram feitas totalmente a mão por senhoras da cidade que trabalhavam para Annelies Rosenfeldt. O sucesso das malhas foi tanto que, além de aumentar as vagas para o trabalho, Annelies mandou vir mais máquinas da Europa e, no dia 1º de novembro de 1966, Gramado abria sua primeira malharia, denominada *Annerose*.

Annelies aumentou sua produção passando a participar de desfiles e feiras de artesanato. Muitas das ex-funcionárias resolveram comprar máquinas e abrir suas pequenas malharias. Annelies resolveu investir em máquinas mais modernas, computadorizadas, para aumentar sua produção industrial. Hoje Gramado conta com inúmeras malharias de grande porte, que fazem da produção de malhas, uma atividade com destacada importância econômica na região serrana.

A produção de malhas na cidade pode ser analisada de forma similar com os outros produtos que acabaram surgindo em Gramado. As malhas são normalmente confeccionadas para o período de inverno, o qual possibilita a associação com a realidade de inverno europeu, em especial, do norte. As malhas também tornam-se vinculadas à história local quando

verificamos que sua presença é justificada em virtude da imigração europeia presente na cidade. Nesse sentido, tive a oportunidade de participar de um evento - *Gramado Malha Fashion*⁴² - cujo objetivo foi “alavancar as vendas das malhas da estação inverno”, assim dito pela presidenta da Associação das Malharias de Gramado.

No entanto, o que se apontou como importante nesse evento foi a produção de um mural, concebido por Marília Daros, com objetivo de apresentar um *Memorial*, intitulado: *um fio na história*. Nesse mesmo espaço, próximo ao palco do salão principal do clube Sociedade Recreio Gramadense⁴³, havia uma frase de autoria também de Marília Daros, relacionando a memória individual com a coletiva dos moradores de Gramado:

Esta é uma mostra interativa, ou seja, quer que a nossa comunidade redescubra seu caminho com os fios e que busque na memória individual o elo com a memória coletiva, socializando-a neste espaço cultural - 2000

Foi no palco do salão principal do clube, que o *memorial* efetivamente se concretizou por meio de uma exposição que incluía fotos e peças de roupas de pessoas que, no passado, se envolveram com a confecção das malhas "de Gramado". Esta exposição objetivou, no meu entender, por meio da disposição e da organização das fotos e das peças, exibir a produção e o consumo de malhas na cidade vinculando acontecimentos passados da vida dos moradores.

As fotos⁴⁴, por exemplo, mostravam situações em que as pessoas estavam usando alguma peça de roupa em malha, seja no

⁴² Este evento aconteceu no período entre 09 e 25 de junho de 2000, com maior intensidade nos finais de semanas.

⁴³ Sociedade Recreio Gramadense é um clube tradicional da cidade, fundado na metade da segunda década do século XX.

⁴⁴ Segundo Loizos : *Nem como escritos nem como filmes, as biografias ou retratos oferecem "acesso direto" às realidades humanas, mesmo que possamos apontar pessoas identificáveis que são as "primeiras causas" de seus textos. No sentido da "cópia carbono", não existe "fatias da vida", mas histórias de autor sobre vidas reais. (1996:153)*

casamento, batismo, seja em uma festa ou desfile de moda. Já as roupas expostas faziam referência àqueles que outrora foram usuários de tais vestimentas, como por exemplo, a "miss suéter" de 1988, ou o grupo de mulheres que trabalharam com a precursora na produção de malhas em Gramado, Annelies Rosenfeldt. Nesse sentido, parece ser trabalhada a construção de uma identidade local, ou ainda, por que não dizer, a "construção de uma tradição" com relação à produção de um produto, no caso, das malhas. Ou seja, este memorial sugere uma diferenciação com relação a tantos outros eventos que são realizados em Gramado, já que procurou não se caracterizar apenas como sendo de cunho comercial, pois remete a idéia de uma "tradição" presente na *memória coletiva* local.

4.2.6 Palavras finais

A situação de destaque que Gramado ocupa hoje no cenário do turismo, não foi alcançada de um golpe. Foram várias etapas, cada uma delas marcada por personalidades de larga visão às quais Gramado deve muita gratidão.

A partir desse texto, intitulado *Gramado: Cidade de Turismo*, encontrado no Arquivo Público do Município de Gramado, é possível perceber que, mais do que simples personagens da história, as pessoas referidas nessa seção, servem também como figuras emblemáticas presentes nos discursos sobre a história de Gramado. São modelos de conduta e realizações, os quais são tidos como exemplares e merecedores de destaque na formação histórica da cidade. Entendo que os registros, assim como as narrativas a respeito desses personagens são formas de reatualização de acontecimentos do passado, cujos atores transformam-se em figuras mitificadas, sacralizadas no sentido de reafirmar uma visão de mundo no qual o desenvolvimento do turismo ganha explicação.

A escolha e o destaque dessas personagens significa também um constante *investimento* no que se refere a construção da imagem de

cidade turística. No entanto, na dinâmica interna da cidade, existem também constantes tensões e dramas sociais, ao levarmos em conta as múltiplas vozes produtoras de sentidos diversos e, muitas vezes, conflitantes quando demonstram esforços para legitimar uma determinada visão de mundo. Nesse sentido, pode-se dizer que tais tensões sociais são explicitadas quando vemos, hoje, as preocupações com relação ao fato de que a política de turismo em Gramado volta-se preferencialmente ao chamado turismo *de negócio* ou *empresarial*, conforme aponta Marília Daros. Para ela o atual turismo predominantemente praticado na cidade, demonstra não ter uma maior preocupação com a *história* de seus moradores: *Gramado tem memória. Gramado pode fazer turismo organizado usando sua memória social e colonial.* (2000:21)

Do mesmo modo Iraci Koppe diz

nós temos que sempre manter as rédeas curtas nas mãos, a comunidade não pode desaparecer(...) quem tem que mandar aqui é a história, enquanto nós mantivermos esse ideal as coisas ainda tem controle, no momento que ficar só turismo, viagem pra lá, pra cá, e não tem nada para ver e para escutar, ai não tem mais sentido a cidade, é uma cidade como qualquer outra.

Nesse sentido, Haesbaert nos diz que:

O culto ao novo e à transformação social gera seu oposto: a necessidade, inicialmente com caráter conservador e/ou de resistência, de revalorizar ou de reconstruir o passado, preservando assim sua memória, um 'patrimônio' colocado em questão pela avalanche modernizadora que, ao dessacralizar o mundo, dá à história social e ao culto às 'tradições' um função que cabia aos mitos e rituais religiosos nas sociedades tradicionais. (1997:90)

Nesse sentido, em especial, tanto para Marília Daros como para Iraci Koppe, as diferentes mudanças ocorridas na cidade ao longo de sua história, onde o turismo tornou-se uma importante atividade econômica, pode significar a perda de uma memória social, de uma identidade coletiva. Para

elas, é necessário afirmar a existência de uma *tradição*⁴⁵ turística oriunda da *história* da comunidade de Gramado. Negá-la significa deixá-la a mercê da lógica de mercado, da qual esta *tradição* não se exclui mas reclama também sua parte no projeto de construção da imagem da cidade.

O constante processo de produção de eventos, no qual a cidade de Gramado está envolvida, ao mesmo tempo que garante um fluxo de turistas, também mobiliza tensões no interior da comunidade no sentido de que um projeto turístico traz disputas de como deve ser ou fazer o turismo na cidade.

Entre estas disputas está a de incluir a "história" como elemento de atração turística nos diferentes eventos realizados em Gramado. Tal inclusão, no entanto, exige uma seleção sobre quais aspectos históricos serão privilegiados na apresentação da história da cidade, considerando-se que podem haver divergências em virtude da possibilidade de existência de mais de uma versão. Mas, independentemente da escolha realizada, parece interessante perceber como os acontecimentos do passado são (re)contados e (re)significados no presente, de maneira a contribuir simbolicamente para a construção de uma imagem de Gramado.

⁴⁵ Conforme Hobsbawn: *toda tradição inventada, na medida do possível, utiliza a história como legitimadora das ações e como cimento da coesão grupal. (1997:21)*

5. A MISTURA ÉTNICA: UMA EXPLICAÇÃO DO SUCESSO OU DO INSUCESSO

Para fomentar o consumo na cidade, um mecanismo eficaz consiste na utilização de elementos do imaginário brasileiro como, por exemplo, aqueles que compõem o "mito" de se viver um "estilo europeu"⁴⁶. Nesse sentido, Gramado aproveita sua condição histórica de cidade de imigração europeia e a usa de forma a atrair turistas, que buscam consumir um estilo de vida, cenários, muitas vezes, distante e diferente de suas realidades. Steil (1999) comenta a respeito da construção de um europeu idealizado, em especial, o nórdico, correspondente ao imaginário social brasileiro e que é reafirmado e reinventado pela mídia. Como exemplo, este autor baseia-se nos eventos "Natal Luz" (Gramado) e "Sonho de Natal" (Canela), onde acionam, segundo ele, *a origem étnica dos habitantes locais que, graças ao seu biótipo, se encaixam perfeitamente no cenário de Natal europeu, construído em Gramado e Canela.* (1999: 424)

⁴⁶O trabalho de Needell refere-se à identificação cultural de uma parcela da comunidade carioca, no final do século XIX, com a cultura europeia: *No Rio, não se tratava de um simples caso de identificação de classe, mas sobretudo de identificação cultural. O fetiche que os cariocas adoravam nos importados de luxo tinha a ver com ser um aristocrata europeu.* (1998:46)

De acordo com Cintia, uma moradora envolvida na produção de eventos:

A explicação do sucesso de Gramado é em relação às pessoas que vivem aqui, que foram conscientizadas e preparadas para serem diferentes das outras. Porque tu pode pegar tudo que aqui tem de natureza, se não tivesse tido a colaboração das pessoas daqui, obedecendo a arquitetura, planejando seus jardins. Se houvesse somente a participação da administração pública e colaboração da beleza natural da cidade, não ia ser, iria ser como todas as outras. A diferença é as pessoas, e por quê que as pessoas que vivem aqui são diferentes? Em primeiro lugar, me arrisco a dizer, Gramado ficou no vértice do triângulo, do lado de lá a imigração alemã, do lado de cá, a imigração italiana. Aqui houve uma mistura dessas duas raças. Então, a gente herdou a capacidade de trabalho e força de progredir do italiano e a gente herdou a organização, a limpeza, a beleza, o cuidado com a cidade do alemão. Essa mistura foi uma mistura boa..

Quando indaguei muitos moradores sobre o modo como a cidade tinha se envolvido com a atividade do turismo, as respostas reportaram-me à história da cidade tal como vista por mim nos documentos da Secretaria de Cultura. Este fato sugeriu-me a existência de uma história oficializada⁴⁷, implicitamente, nos discursos analisados. De modo que reforçava a idéia de que, nesta cidade, sua história está entrelaçada à história do turismo local. Ou seja, ambas confundem-se quando refletem a história dos empreendedores, prestigiados pelos seus feitos e realizações em prol do progresso e do trabalho. Tal fato também pode ser percebido quando se analisa os livros e cartilhas escolares, onde este passado é contado. Para Mari, professora municipal:

A mão do homem ajudou muito Gramado, as primeiras pessoas que começaram a desenvolver o turismo em Gramado, foram pessoas que tiveram uma visão turística, sensível daqui, que

⁴⁷ Diz-se história oficial, pois é aquela que é apresentada em livros e documentos, a partir dos quais realizo parte da minha reflexão. Considero essa história como sendo produto da leitura e interpretação daqueles que a fazem, traduzindo-se nos seus registros e relatos. Cabe destacar também que as pessoas que contam essa história, estão inseridas em uma determinada realidade, ocupando uma posição social específica, de modo a revelar suas subjetividades e memórias na formulação dos dados históricos.

começaram a trazer coisas da Europa pra cá. Até tem aquela idéia de que Gramado é estar na Europa sem passaporte.

Conforme depoimentos, o contato cultural e interétnico⁴⁸ contribuiu para a constituição da história da cidade, a qual é motivo de orgulho e satisfação para a comunidade, como observado pela diretora do Centro Municipal de Cultura, Elisabeth Zatti:

..é necessário que nós, cidadãos, políticos, empresários e professores reconheçamos a importância que existe no respeito à identidade cultural do nosso município, para que isso sirva de base ao momento atual que vivemos, para que o processo turístico que está sendo desenvolvido, possa realmente refletir a verdadeira imagem de uma cidade que possui uma história rica em valores étnicos, legados pelos bravos colonizadores que aqui deixaram marcas profundas e que todos nós temos o dever de ressaltá-las e nunca tentar camuflá-las, ou nos omitiremos de conhecê-las como preciosa herança cultural. (1999:88)

A "herança cultural" citada nesta declaração refere-se, principalmente, àquela trazida pelos imigrantes europeus e seus descendentes, em sua grande maioria italianos e alemães, destacados por sua contribuição ao desenvolvimento da cidade. Podemos dizer com isso, que estes imigrantes trouxeram consigo "valores étnicos"⁴⁹ reforçados no imaginário social⁵⁰ da cidade, como o trabalho, o progresso e a ordem⁵¹. Estes valores, de uma certa forma, estão fortemente relacionados com o turismo praticado em Gramado, mesmo antes de sua formação enquanto cidade, isto é, quando ainda era um vilarejo, bem como o contar da história que se oficializa nessa cidade. É justamente este estilo europeu que a comunidade tanto teme perder com o contato massificado com os turistas,

⁴⁸ Sobre este aspecto da imigração europeia no Brasil, é importante destacar o que Souza diz: *a civilização de ascendência europeia expandiu-se através de um etnocentrismo marcadamente etnocida, dependente da negação da diferença cultural e da supressão do 'outro'.* (1999: 214)

⁴⁹ Entende-se que estes valores dizem respeito ao processo de construção da identidade étnica em Gramado, o que segundo Lévi-Strauss(1983: 140), é visto como um projeto, o qual os indivíduos e os grupos estão permanentemente engajados.

⁵⁰ Estou me referindo ao conceito de imaginário social segundo Baczkó (1985: 309).

⁵¹ Steil (1999) nos fala sobre estes valores que reforçam a presença das etnias europeias, principalmente, a italiana e a alemã, na composição social da população local.

bem como com aqueles moradores que vieram de outros lugares em busca de trabalho, propiciado principalmente, pelo turismo.

5.1 Novos empregos, novos moradores

Algo que me chamou atenção em pesquisa de campo, foi perceber uma presença significativa de moradores locais oriundos de outras cidades e que estão trabalhando, principalmente, no comércio ou nos serviços ligados ao turismo. A partir de meu diário de campo passo agora a apresentar este aspecto no sentido de verificar algumas noções desses moradores sobre Gramado.

Antes, porém, gostaria de salientar a configuração destes moradores em dois grupos distintos. O primeiro refere-se aos que já conheciam Gramado enquanto turistas, vindo mais tarde com um capital econômico a fim de implementar um tipo de negócio comercial, como lojas, restaurantes e pousadas, sendo assim proprietários desses estabelecimentos. A escolha se deu, entre outros motivos, em razão da busca por um lugar tranquilo e seguro. O segundo grupo, de maneira geral, corresponde àqueles que se encontram empregados nos setores de serviços como o da gastronomia e o da hotelaria. Em geral, as pessoas desse grupo já conheciam alguém que tinha passado pelo mesmo processo mudança para Gramado.

O contato com estes moradores ocorreu de maneira informal em seus próprios locais de trabalho. Meu objetivo era conversar sem maiores apresentações, apenas lhes indicando que eu estava pesquisando o turismo da cidade, de modo a que eles me informassem o que os levou a vir para Gramado e o que estavam achando de morar nessa cidade.

Com base em meu diário de campo, apresento três casos com a finalidade de ilustrar a configuração acima apresentada. Era uma manhã

com densa neblina, e eu deveria ir a uma vídeo locadora com o objetivo de fazer fotocópias de um material investigado no Centro de Cultura. Lá chegando, tive a oportunidade de conversar com o proprietário desse estabelecimento, o qual de imediato identifiquei como alguém não natural de Gramado em razão do seu sotaque. No decorrer da conversa, ele acabou dizendo que era carioca e que já faziam aproximadamente 05 anos que residia em Gramado. Indaguei-o sobre a diferença entre morar no Rio de Janeiro e em Gramado. De início, disse que o primeiro ano em Gramado foi muito difícil, visto conhecer poucas pessoas. Acabou ficando pouco tempo morando na cidade, resolvendo ir para Canela onde o custo de vida era mais *barato*⁵².

Segundo ele, sua opção de vir morar em Gramado foi devido a não gostar mais da *agitação* da cidade do Rio de Janeiro, indo em busca de um *ambiente mais arejado*. Quando começou a pensar em sair do Rio de Janeiro, já tinha conhecido Gramado como turista, fato que lhe ajudou em sua decisão de vir morar nessa cidade, porque, segundo ele, *é arejada em dois sentidos, pela pureza do ar e pela tranqüilidade que aqui você tem*. Mas, para ele, se a cidade chegar a ter 100 mil habitantes irá para outra cidade com 02 mil habitantes, pois prefere lugares pequenos, é por isso que ele saiu do Rio de Janeiro.

Em um outro momento, no mês de abril, fui almoçar em um restaurante chamado Arab's - Mini Beirute. Comecei a conversar com uma moça que me atendeu, já que eu era o único freguês naquele momento. Ficamos conversando durante o tempo em que almoçava, mas já de início, fiquei sabendo que ela era a proprietária do local e que não tinha descendência árabe, apenas mantinha a franquia pertencente a uma rede de restaurantes de São Paulo. Havia também duas meninas trabalhando com

⁵² O custo de vida em Canela é tido como menor do que em Gramado, fato que faz com que os moradores muitas vezes se desloquem para esta cidade para comprar roupas ou até fazer compras em Supermercados.

ela naquele momento, sendo que uma tinha vindo de Cerro Largo e a outra de Uruguaiana.

No decorrer da conversa, aproveitei para lhe questionar o motivo pelo qual estava morando em Gramado. Sua resposta foi o relato de quando morava, com sua família, em São Paulo, período em que já não *suportava a onda de violência, o tempo que se gasta para ir de um lugar para outro e a poluição na cidade*. Então, começaram a pensar em se mudar para uma cidade do interior do estado de São Paulo. Foi quando seu marido recebeu uma proposta de vir trabalhar na Matriz da empresa Renner em Porto Alegre. Seu marido trabalhava também com consultoria para empresas, de modo que costumava viajar para o interior do RS, quando conheceu Gramado. Desde então, ele manteve contato com a cidade e acabou conseguindo um trabalho na fábrica Ortopé, no setor de recursos humanos.

Mas antes de virem morar em Gramado, eles já tinham visitado a cidade como turistas, apenas para conhecer e ficaram encantados com a cidade. Mais tarde resolveram mudar-se o que, segundo ela, fez perder o seu *encanto*. Ela ainda comenta que agora já estava acostumada com a cidade, não queria mais saber de Café Colonial, Chocolate, sendo que, somente eventualmente, freqüentava alguns restaurantes que servem *Fondue*.

Ela comenta que para os paulistas e paulistanos, a região sul é associada à qualidade de vida e Gramado é a cidade do RS mais conhecida no resto do Brasil, sendo famosa pelo seu estilo europeu a ponto de muitos virem visitá-la:

porque não podem ir a Europa, então, pelo menos, conseguem ver " um pedacinho da Europa", só com um povo que é gaúcho, mas que é acolhedor, é amigo, franco, trabalhador e honesto. É um povo que cultiva as tradições, diferente de São Paulo onde há gente de tudo que é parte do Brasil, não se tem uma tradição.

Por final, destaca novamente que para o paulistano, em especial, vir a Gramado significa fugir do estresse da cidade grande, do congestionamento, da violência, baseando-se em sua própria experiência: *em São Paulo fui assaltada 02 vezes, tive uma amiga seqüestrada que até agora tem medo de sair de casa.* Então, pode-se inferir que uma forma de encontrar uma solução para esses problemas comuns nas metrópoles urbanas no Brasil, consiste em procurar um local específico que se diferencie dos demais que apresentam questões similares e, ao mesmo tempo, signifique um refúgio dos efeitos do mundo urbano das grandes cidades.

Estes dois casos explicitados acima caracterizam o primeiro grupo de moradores migrantes. Caso diverso é o de outro grupo de moradores que vieram de outras regiões, como o de um garçom de uma lanchonete no centro da cidade. Era noite e chovia fino, apenas ganhando intensidade com o vento frio. No momento em que me atende perguntei a ele sobre o movimento de turistas na cidade e, conseqüentemente, no restaurante. Ele respondeu:

hoje está calmo, no final de semana tem mais movimento, (...) são nos meses de junho/julho/agosto e novembro e dezembro que tem os maiores movimentos de turistas, são os meses que garantem os outros (...) Mas quando vier o aeroporto⁵³, ai não terá mês sem movimento.

Perguntei logo em seguida se ele era de Gramado? *eu moro há 08 anos em Gramado, sou do Paraná, do sudoeste do estado, de São Jorge d'Oeste.* A busca por emprego é que foi a razão de sua vinda para Gramado, sendo que já conhecia um amigo que também veio trabalhar na cidade. A respeito disso, ele diz: *assim como eu também vieram mais de 100 famílias da minha cidade. Todos vieram em busca de emprego.* (eu) Então está escasso o emprego em São Jorge d'Oeste? Ele responde:

Quando eu morava lá havia 16 mil habitantes, hoje são somente 07 mil. (...)E quase todo mundo sai pra outras cidades,

⁵³ Ele se refere ao aeroporto internacional que está sendo construído em Canela. Aumentando ainda, com isso, o poder receptivo da *região das hortênsias*.

*tem bastante que vieram pra cá, pra Gramado, trabalham no comércio, em restaurantes, em hotéis, todos moram no bairro Piratini.*⁵⁴

Este bairro - Piratini - muito mais do que representar limites físico-geográficos na cidade, demarca um espaço de representação simbólica de uma comunidade de pertencimento cujos sentimentos estão interligados em direção ao mesmo local de origem - São Jorge d'Oeste.

Este foi um aspecto que pude constatar nos momentos em que estive na cidade. Em síntese, esses moradores que provêm de cidades maiores, como Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e outras de médio e pequeno porte, argumentam que a opção por Gramado se deve em razão do encanto pela cidade, pela segurança, pela tranquilidade, pela oferta de trabalho, e somente este último ponto é que não corresponde com aquilo que os turistas, mas adiante nesse trabalho, mais indicam como suas impressões da cidade.

Também conversei com alguns moradores mais antigos a esse respeito, sendo que muitos revelaram-se preocupados com os rumos da cidade em virtude da vinda de pessoas de outros lugares, em especial, referente àquelas incluídas no segundo grupo acima mencionado. Segundo Lourdez, uma moradora, funcionária da prefeitura:

As pessoas que vêm morar e trabalhar em Gramado, trabalham de segunda a segunda, não vivem Gramado. Ganham mal, não tem hora pra sair do trabalho, já o gramadense tem vergonha de fazer esse tipo de trabalho. (...) De canela vem dois ônibus cheios para vir trabalhar, os serviços de hotéis e lojas absorvem muito pessoas de fora. (...) Como são de fora não se tem envolvimento com as famílias daqui, não tem problemas se caso colocar pra fora, não se preocupam em colocar pra fora.

⁵⁴ Assim como outros, este bairro é considerado, por parte do poder público, como área residencial "de operários".

Maria das Graças de Menezes v. Paiva (1999: 60) comenta que mesmo os aspectos positivos com relação à atividade do turismo na geração de novos empregos, percebe-se ainda o problema dos baixos salários para os trabalhadores ou remunerações incompatíveis com as funções exercidas por estes.

Envolvida em produção de eventos, Cíntia também fala sobre esse assunto levantando outra questão:

Nós estamos sofrendo um inchaço populacional, eu não sei quem são essas pessoas, nós temos sorte que muitos dessas pessoas vieram de regiões com colonização parecida com a nossa. Mas tem que fazer um trabalho com essa gente, senão daqui a pouco nós estaremos pensando como eles e não eles como nós.

No momento em que a cidade começa a receber pessoas de outras cidades, moradores mais antigos ou que nasceram em Gramado demonstram inquietação com o contato cultural, possivelmente, diferente do estilo de vida que consideram ser característico da cidade e que valorizam. Esse contato está vinculado à idéia de *mistura* de etnias, questão esta, que pode apontar para os fatores justificadores do tipo de turismo desenvolvido em Gramado como também para os perigos que este pode sofrer. Este perigo, o da mistura, é apontado pelos moradores quando observam a diferença entre a população de Gramado e de Canela, sendo esta última, em parte, constituída de *pélo duros*, isto é, uma miscigenação cuja origem refere-se às etnias portuguesa, indígena e negra, não valorizadas segundo critérios culturais presentes no imaginário dominante da comunidade de Gramado.

5.2 Moradores: o turista que se quer

Para alguns moradores a população de Gramado tornou-se o que é em função do contato com os turistas que vem de diferentes locais do Brasil. A mas, ao mesmo tempo, Marcia, ex-secretária da cultura do município demonstra seu receio com relação a esse contato que pode *descaracterizar* a cultura local:

Agora tem morros, encostas que estão sendo derrubados, então Gramado vai pra onde, tem que abrir o olho, nossa cultura está se perdendo, temos que nos preparar com um turismo consciente e não predador. A gente precisa viver do turismo, é o nosso ganha pão, mas é preciso saber pra onde vai isso. O que difere é a característica cultural e é isso que não podemos perder.

Ela se refere aos grandes empreendimentos que se estabelecem na cidade atualmente contribuindo, com isso, para o aumento ainda maior no fluxo de turistas considerando a capacidade de recepção da cidade. Um exemplo sob esse fato, comentado na cidade, é a construção do *Mercure Hotel*, o qual pertence ao grupo francês ACCOR, líder mundial em hotelaria. Este hotel está localizado na avenida das hortênsias, próximo ao belvedere com vista para o *Vale do Quilombo*, paisagem muito apreciada pelos turistas. Percebe-se na comunidade duas posições distintas acerca deste empreendimento. A primeira considera preocupante a implementação desse hotel visto sua capacidade de recepção, tratando-se de um grande número de turistas na cidade, comprometendo ainda mais a estrutura urbana atual; além do fato deste hotel localizar-se em um local que prejudicaria a visão para o *Vale do Quilombo*. Para os que defendem sua construção, essa questão é vista como um processo inevitável ao considerarem como parte do próprio processo de desenvolvimento turístico.

Uma reação com vistas a solução deste tipo de preocupação diz respeito a uma posição que parece ganhar força, na qual a cidade objetiva voltar-se para o turismo de negócio que *qualifica* o turista, opondo-o ao turista caracterizado como *farofeiro*, que costuma vir para determinados eventos, chegando de manhã e indo embora à noite, *não comprando nada e só deixando lixo na cidade*, conforme depoimento de um morador. Muitos moradores com os quais tive contato, afirmam se incomodar com o grande número de visitantes na cidade, em época de grandes eventos, como em ocasião do Natal Luz, por exemplo. De acordo com a fala de Geraldo, proprietário de agência de turismo:

Aquele povão que invade a cidade, a gente não consegue nem sair de casa de carro, esquece isso. No Natal Luz tem aquele tipo de farofatur, é uma multidão, centenas de ônibus, não tem lugar pra estacionar, é um caos, é gente fazendo xixi na rua, tem aquele empurra empurra. Não se tem meio para receber essa multidão tem que ter uma mudança.

Foi em uma de minhas caminhadas ao Lago Negro, em um domingo movimentado, com muitos ônibus chegando, muitas pessoas fotografando, outras passeando em volta do lago, que tive contato com um grupo de turistas que me fez lembrar a denominação *farofeiro*. Ao conversar com esse grupo, constatei que eram moradores do Bairro Sarandi, em Porto Alegre. Ao perguntar se tinham vindo por agência de turismo, me informaram que eram evangélicos e que a igreja tinha organizado a excursão de um dia a Gramado.

Abordei, algumas pessoas, estas, que se encontravam sentadas, em forma de círculo, sob a grama bem cuidada nas proximidades do Lago Negro, em meio às sombras das árvores que as protegiam do sol forte daquele domingo. Sob um pano de mesa estendido no gramado, haviam alguns pratos e dois grande potes de plástico contendo partes já cortadas da famosa *galinha enfarofada*, justamente a culinária que, no meu entender, deve ter originado o termo: *farofeiro* - empregado na maioria das vezes de maneira pejorativa, muitas vezes associado àquelas pessoas que

freqüentam as praias do litoral brasileiro, as quais trazem consigo um tipo de alimentação que não estraga facilmente e que pode ser consumida sem necessidade de aquecimento, deixando, com isso, de consumir nos restaurantes locais.

Nesse sentido, Ian Munt (1994) chama a atenção para o fato de existirem estilos ou modos de se fazer turismo que seguem uma lógica de diferenciação social. Parece possível supor, então, que um dos objetivos daqueles que organizam os eventos, consiste em atrair turistas que, inevitavelmente, consumam na cidade. Para muitos moradores envolvidos com o turismo, com os quais tive contato, é preciso ter um retorno financeiro com relação a tudo que se investiu, nem que para isso, segundo Geraldo, tenha que se cobrar uma taxa dos ônibus nos pórticos, visto que muitos gastam pouco no comércio da cidade.

Conforme observado, o bom turismo é aquele que propicia o consumo satisfatório e que, ao mesmo tempo, leva em conta a “história” local ligada aos eventos, aos objetos e aos pontos turísticos. Do mesmo modo, o bom turista é justamente aquele que consome, aproveita a oferta de bens turísticos e presta atenção às questões relativas aos fatos históricos do lugar onde estão praticando o turismo.

6. O TURISTA: SUA PERCEPÇÃO SOBRE A CIDADE DE GRAMADO

6.1 *Relação entre o turista e os profissionais do turismo*

Início este capítulo a partir da observação de um guia de turismo em Gramado, o qual comenta sobre a existência de três principais tipos de comportamento dos turistas:

aquele que não quer saber de nada, apenas deseja ver as coisas, as beleza. Tem outro que só pensa em comprar, em consumir. E outro, quer saber de tudo, pergunta tudo, todos os detalhes, os fatos históricos.

A observação deste guia sobre os tipos de turistas, ao classificá-los com tanta propriedade e segurança, no momento de sua fala, traz a esse trabalho, sob uma determinada perspectiva, o modo de construção de um saber baseado na experiência profissional em um mundo de relações entre os receptores (comunidade local) e os turistas. Possivelmente esse saber tenha sua origem ao vislumbrarmos que ele é parte integrante de um processo compartilhado de aprendizagem na

comunidade sobre o outro, considerando toda estrutura e organização da região das *Hortênsias* para a prática do turismo. Além disso, a classificação é uma forma desse guia se instrumentalizar a nível de entendimento sobre seu “cliente”, a fim de saber lidar o melhor possível com ele, pois a satisfação, o bem estar, a relação apaziguada sob uma atmosfera, normalmente, de ludicidade, é importante levando-se em conta as nuances comportamentais daqueles que, até mesmo, lhes garantem o emprego.

Minha proposta é mostrar exatamente os conhecimentos partilhados entre a comunidade local, em especial, *os intermediadores culturais*, e os turistas, visto isso ser um empreendimento que demanda um menor envolvimento com as experiências dos turistas do que, por exemplo, discorrer sobre uma tipologia para a qual seria necessário considerar, além do contexto a partir do qual tais tipos são oriundos, também a observação dos turistas durante um período de tempo mais prolongado, pois são exatamente estes aspectos que dão maior poder explicativo a essa temática. O aspecto importante, entretanto, foi mostrar que, com a classificação realizada pelo guia, verifica-se a configuração de categorias êmicas sobre os comportamentos dos turistas.

Sendo assim, começo salientando o comentário de Geraldo, morador e proprietário de uma agência de turismo em Gramado, a respeito das características que atraem os visitantes para a cidade:

Gramado, ha, Gramado é arrumada, organizada, limpa, florida, arborizada. A cidade está sempre aberta, nunca para, isso atrai. Hoje o porto alegreense não sai, não vai pra Rua da Praia, ou ele se enfia dentro de um shopping.

Para Solange, agente de turismo, formada em administração de Hotelaria, Gramado:

é um lugar romântico, com restaurantes mais aconchegantes, uma cidade para descansar. Aqui é organizado, não tem tumulto, a cidade oferece segurança, é um shopping em aberto, liberdade em passear, comer com calma. Gramado dá uma certa liberdade, os turistas chegam a deixar o carro aberto.

As falas desses dois profissionais do turismo, acima expostas, são significativas e representativas no momento em que as relacionamos com os relatos dos turistas com os quais tive contato em Gramado. Considera-se aqui que o olhar do turista sobre a cidade ou o local turístico revela sua qualidade de observador especializado. Entretanto, muito desse olhar é discursivamente organizado por profissionais ainda mais especializados. Com isso, não quero sugerir que os turistas estão determinados pelos meios persuasivos da propaganda turística, os quais os levaram a enxergar uma falsa realidade como verdadeira. Seria ingenuidade descartar que a re-significação da experiência turística, por parte dos visitantes em Gramado, não esteja sendo perpassada por toda uma engenharia que envolve a dinâmica do turismo, na qual os meios mediáticos fazem-se presentes. Este fato é um aspecto que pode ser inferido a partir das falas dos turistas.

Conforme Andrade:

Quando o turista chega ao local de férias, na preocupação de fugir às normas e aos ritmos da vida de sua sociedade de origem, tenta viver o que a agência de viagem prometeu, o sonho vendido pela publicidade, o paraíso fabricado. (1993:62)

Sem dúvida, no que diz respeito às relações com os turistas em Gramado, deve se levar em conta a situação em que estes visitantes se encontram, geralmente inseridos em uma realidade que tem como objetivo fundamentalmente a sua satisfação. Dessa forma, as respostas ou reflexões realizadas por estes, corresponderão também a um certo estado de espírito propiciados pelo contexto turístico, não desconsiderando, com isso, um senso crítico que eles possam ter sobre as situações particulares em que estão inscritos em Gramado.

6.2 As tensões urbanas e o turismo em Gramado

Antes de iniciar diretamente com as falas dos turistas, gostaria de comentar um episódio que presenciei em Porto Alegre e que me parece significativo para entendermos parte do que os turistas expressam em seus relatos.

Caminhando pela rua dos Andradas no centro de Porto Alegre, próximo a rua Caldas Júnior e, ao atravessar esta última, vejo um senhor parado no meio da rua, bem perto e na frente de um carro, convicto e indignado, olhando para o motorista, sem dizer uma palavra, minutos sem falar, até que vira o rosto e segue ao outro lado da calçada. Me pareceu que a mensagem daquele cidadão tinha sido dita, sem palavras, mas cheia de tensões nos gestos corporais feitos por aquele homem.

Foi uma cena do cotidiano urbano, principalmente, das grandes cidades, onde o pedestre e o motorista, nesse caso, disputam espaços, estando em jogo direitos e deveres: direito de passar de ambos, deveres de ambos respeitarem as leis de trânsito tanto para pedestres como para motoristas. No entanto, difícil de se chegar em um consenso quando ambos se consideram com a razão.

Tal fato possibilitou-me pensar as falas de alguns turistas com os quais conversei, quando apontavam Gramado como uma cidade tranqüila, sem o estresse das grandes cidades, sem o trânsito tumultuado, tenso e vagaroso. Para muitos, fazer turismo em Gramado significa, em certo sentido, a ausência de situações de conflito, tão característicos da vida urbana contemporânea. Certamente, algumas tensões no que diz respeito ao trânsito, não se restringem somente aos grandes centros urbanos, nem tampouco a situações não-turísticas.

Para os moradores, por exemplo, em meses de grandes eventos, a cidade se transforma em um caos, muitas vezes impedindo-os de sair de casa para evitar os congestionamentos que transformam a cidade em notícia nos jornais. Escutei muitas reclamações dos moradores a respeito do

congestionamento em períodos de grandes eventos na cidade. No entanto, um congestionamento, um tráfego intenso e concentrado de carros na cidade, fato que poderia ser notícia nos jornais com referência aos problemas urbanos, em Gramado torna-se marketing jornalístico sob uma lógica voltado ao fluxo de turistas e não de automóveis. Isso pode ser notado em uma reportagem no Jornal de Gramado: *A neve, o gelo e o frio aumentaram ainda mais o movimento da alta temporada e no domingo houve engarrafamento também recorde, que ligou o centro de Canela ao centro de Gramado.* (21/07/200)

Essa reportagem é um exemplo das estratégias jornalísticas na produção de sentidos com relação à imagem de Gramado, como cidade turística para se ver o frio. O resultado disso, é o próprio congestionamento, a busca frenética em vivenciar as expectativas anunciadas pela mídia.

6.3 Borges de Medeiros: um “shopping a céu aberto”



Foto 12: Olhando a vitrina

As observações realizadas pelos turistas, qual seja seu teor, nos dizem o suficiente para constatarmos que os discursos são

compartilhados, sob certo ponto, com a comunidade local participante do receptivo turístico. Basicamente, o contato com esses visitantes que aqui deseja-se trazer à tona, ocorreu consideravelmente na região central de Gramado, próxima a avenida Borges de Medeiros. Esta avenida se caracteriza por ser o *locus* principal em que estes deambulam, assim como nela encontra-se maior concentração de lojas com suas vitrinas cuidadosamente embelezadas. O turista encontrará basicamente lojas especializadas de vestuário em malha, em couro, casa de chocolate, de artesanato (em madeira, cerâmica, vime, tecido, etc.), restaurantes, produtos coloniais e outros diversos.

É ao longo da avenida Borges de Medeiros que basicamente os turistas costumam transitar, caminhar a pé, olhando as vitrinas, examinando e avaliando os produtos. Enquanto espaço de persuasão, de sedução, as vitrinas objetivam chamar a atenção do olhar, por vezes, contemplativo do pedestre-observador com relação aos produtos. Estes, são receptores de outros sentidos, de outros símbolos culturais quando são intencionalmente selecionados e dispostos segundo critérios estéticos que dão vazão não somente ao prazer visual, mas ao olfativo e ao do tato. As cores das roupas em malhas, do cheiro do couro e dos chocolates, do sentir por meio do tocar a textura, os detalhes.

Laermans (1993) discorre sobre o surgimento das lojas de departamentos em Paris, Nova Iorque e Chicago. Ele comenta sobre as novas técnicas de publicidade e estética desse período, criados e utilizados pelos proprietários dessas lojas no intuito de chamar a atenção dos compradores. Os produtos dispostos nas lojas tornaram-se, aos poucos, um grande espetáculo para ser visto e, principalmente, para serem desejados e comprados. De acordo com este autor, os prazeres de 'somente olhar' ou 'somente passear', tinham que estar ligados com o potencial desejo de comprar (1993:89).

Em Gramado, a avenida Borges de Medeiros, muitas vezes, é associada a um espaço de um *shopping a céu aberto*, onde o turista pode percorrer sua extensão por um lado e retornar pelo outro. Um fato interessante, é que os turistas privilegiam de maneira geral, o passeio por essa região central da cidade. Quando circulam por outras áreas, o fazem via ônibus de excursão ou com seus veículos particulares. Verifica-se uma certa economia do esforço físico quando observa-se um objetividade relativa somente ao deslocamento de um ponto turístico para outro, em sua grande maioria, via veículo motorizado. O passeio a pé se dá eventualmente se não houver comprometimento com o cansaço físico, principalmente se envolver roteiros pré-estabelecidos pelas agências que contemplam uma jornada de considerável planejamento e de curta duração em cada local. Há um certo controle da aventura, do estranho, do diferente, os quais, em certa medida ganham efeitos mágicos exatamente pela efemeridade das visitas, dos rápidos momentos experienciados. Tais momentos tornam-se fragmentos em um primeiro instante, e mais tarde, transformam-se em narrativa coerente para ser contada, lembrada.

A avenida Borges de Medeiros recebe inúmeras excursões a cada semana, sendo passeio obrigatório para os turistas. Considerando o grande fluxo destes visitantes na cidade, a avenida São Pedro, paralela à Borges de Medeiros, contempla outros transeuntes, os moradores locais. Nesta avenida, encontram-se, por exemplo, as paradas de ônibus que levam aos vários bairros e linhas (localidades rurais) da cidade. É nesta avenida que consegui sentir o movimento dos moradores, da dinâmica da cidade com relação a ela mesma. A comunidade procura reservar espaços específicos para si, de modo que os turistas não circulem intensamente nesses espaços, e isso está diretamente relacionado com a oferta de locais e bens de consumo como é o caso da Borges de Medeiros.

Com exceção de duas excursões com saída de Porto Alegre a Gramado/Canela, outro importante contato com os turistas se deu através de

observações e rápidas entrevistas em determinados locais da cidade, em especial, a praça Major Nicoletti na região central. Utilizei-me de três perguntas básicas: De onde são? Qual a motivação de estarem em Gramado? O que acham da cidade, ou melhor, por que a escolha por Gramado?

Em primeiro lugar, faz-se importante falar sobre a variedade de turistas que pode ser encontrado durante todo o ano em Gramado. Esse aspecto referente aos tipos de turista e suas motivações depende basicamente do mês, do evento e do interesse pessoal de cada um. A maior parte dos contatos diretos com os turistas se deu no mês de outubro de 2000, sendo que neste período não ocorreu nenhum tipo de evento promovido pela prefeitura que aglutinasse e fosse o foco principal da vinda de visitantes a cidade como, por exemplo, é o caso da *Festa do Colono*, que ocorre no mês de março, do *Festival de Cinema Internacional de Gramado*, no mês de agosto, e do *Natal Luz*, nos meses de novembro e dezembro.

Assim, de maneira geral, outubro foi um mês em que o fluxo de turistas dependeu basicamente de encontros profissionais e dos pacotes turísticos via agências de turismo para Gramado ou região Serrana do Rio Grande do Sul. Dessa forma, o perfil aqui apresentado está diretamente associado a esse contexto característico deste mês na cidade, posterior ao *Festival de Cinema*, e anterior ao *Natal Luz*. Ou seja, um mês de desmonte do já feito e de preparação para o que virá; outubro situa-se entre dois grandes eventos organizados pela prefeitura e que atraem grande número de turistas a Gramado.

Foi observando o movimento dos turistas nas proximidades da praça Major Nicoletti, que percebi uma maneira interessante para conversar com os turistas a fim de entender um pouco sobre a visão que eles tinham de Gramado. Os encontros, em sua maioria, caracterizaram-se pela brevidade, visto os turistas estarem, na maior parte das ocasiões, caminhando, observando, fotografando, poucos descansando em um banco de praça.

Apesar de tal oportunidade, muito das conversas não significou total aproveitamento das falas. Por isso, foram escolhidos alguns trechos considerados significativos e representativos com relação ao total das falas dos turistas. Essas falas são importantes pois expressam os significados de se estar visitando Gramado, quais as razões do deslocamento até esta cidade, além de refletir bastante aquilo que a cidade procura criar enquanto atrativo turístico.

6.4 Às vezes caminhando, às vezes sentado em um banco da praça Major Nicoletti: cenas, curtos relatos de contato com os turistas.

Depois de alguns meses entre minhas idas e vindas para Gramado, estando intermitentemente na cidade, no período entre 28 de setembro e 19 de outubro do ano 2000, percebi a importância de ficar simplesmente sentado em um banco da praça central (Major Nicoletti). Considerei importante ficar observando o comportamento de quem passava nos arredores da praça, principalmente, em direção a Igreja católica Matriz chamado de São Pedro, ou, popularmente conhecida de *Igreja de Pedra*.

6.4.1 Gramado sem favelas

Final de setembro⁵⁵, em uma manhã ensolarada⁵⁶ estava eu pensando em como abordar meus entrevistados em potencial. Em um passo

⁵⁵ O período de 28 a 30 de setembro de 2000, estava acontecendo, Hotel Serra Azul, o V Congresso Brasileiro de Nutrologia e I Congresso de Nutrologia do Cone Sul e a II Jornada Gaúcha de Nutrologia. Falei com uma mulher que trabalha para a PRIX – Eventos Estratégicos. Para ela fazer o evento em Gramado significa Estrutura e Turismo. Os eventos são itinerantes, esporádicos e quando irão acontecer no RS, acabam escolhendo Gramado.

⁵⁶ O tempo com sol foi positivo, pois já tinha sido impedido em outros momentos de caminhar pela área central em dias chuvosos não muito incomum na serra gaúcha,

de iniciativa levanto e me encaminho em direção a duas moças que estavam sentadas em um dos bancos da praça, próximo ao chafariz que escorria água de forma tímida. Após minha breve apresentação expliquei a elas sobre o que se tratava, isto é, uma pesquisa que buscava informações sobre a visão dos visitantes a respeito de Gramado, não reportando-as ao termo turista, pois este, de certa maneira, ganha conotações pejorativas como, por exemplo, o ‘invasor’ ou o ‘consumista’, noções estas oriundas de bases estereotipadas desses sujeitos-viajantes. Ao receber a aprovação com um simples *sim*, logo de imediato estava eu perguntando a elas o que as levava a estar em Gramado.

A resposta foi em conjunto: *nós estamos participando de um Congresso de Pneumologia*. Em seguida, uma delas comenta a importância de participar do congresso visto serem recém formadas em medicina, bem como sobre sua primeira visita a Gramado, a qual foi decorrente de outra ocasião em que veio com seus familiares, dizendo que tinha gostado muito da cidade, por isso, não hesitou em vir para o congresso. Eu as indaguei ainda sobre o que estavam achando da cidade. Ambas compararam Gramado com Campos do Jordão⁵⁷ na serra paulista, considerando-as muito parecidas, *o clima da serra, do frio, as lojinhas*. No entanto, apontam algumas diferenças como, por exemplo, a parte central de Campos do Jordão ser mais íngreme do que em Gramado, além de ser uma cidade maior e possuir áreas com a existência de favelas, sendo que em Gramado não havia tido tal impressão.

Esse último fato remeteu-me ao comentário de um guia de turismo sobre os passeios que costumava fazer em Gramado com pequenos grupos ou famílias. Ao entrevistá-lo no restaurante de seu pai, ele disse que

⁵⁷ Este tipo de associação foi algo que surgiu espontaneamente no relato de muitos turistas provindos do estado de São Paulo. Como não conheço Campos do Jordão, não posso comentar sobre minhas impressões sobre esta cidade comparada com Gramado.

foi responsável por uma agência de turismo que não está mais em funcionamento. Disse-me que seu trabalho era realizar passeios na cidade de Gramado: *eu fazia passeios mais completos da cidade*. Costumava levar grupos pequenos ou casais ou famílias. Disse-me que o seu diferencial era o passeio pelos bairros: pelo bairro Planalto *para ver a beleza das casas, ficavam admirados com o não cercamento dos terrenos, as casas não precisavam de grades, muitos perguntavam o preço dos terrenos, já pensando na possibilidade de comprar um*. E o bairro Piratini *de classe mais baixa da cidade, mesmo assim não tinha favela. O pessoal dizia: 'isso aqui é luxo para nós'*. Tais comentários eram realizados principalmente por paulistanos e cariocas.

6.4.2 Bon vivant

Estava eu no centro de informações turísticas, quando chegou um rapaz de Campinas. Tinha vindo de Porto Alegre, do aeroporto, mais precisamente, via agência de turismo, onde os (um grupo de paulistas) apanharam trazendo-os a Gramado. Ele estava hospedado em um *Flat* no hotel Serrano. Comentou que se interessou em vir para Gramado porque haviam propagandas nas agências, além de que já tinha uma noção do que iria encontrar nesta cidade e que lhe chamara a atenção como: *as casas em madeira, o formato dos telhados e muitas lojas que vendem produtos em couro*. Para ele,

Gramado é o turismo do frio, da lareira com a namorada, tomando um vinho, comendo fondue, assistindo um filme no Festival de Cinema. Quem vem pra cá tem uma visão de um bon vivant, de vir para uma melhor. É como Campos do Jordão, Monte Verde, com uma rua cheia de barzinhos, com aquecedores ambientais a gás, servindo vinho e uma porção de queijo, mesmo que aqui, só que tem centros bem menores que aqui, é só uma rua, sem a sofisticação que aqui tem.

6.4.3 Sulistas: frios e distantes

Já estava escurecendo e o frio aumentando naquele final de tarde, quando resolvi visitar Fabiano, proprietário de uma agência de turismo, que já tinha me convidado para que eu aparecesse outras vezes. Poucos minutos após minha chegada, entraram na agência dois rapazes que haviam se conhecido na pousada em que estavam hospedados e que naquele momento procuravam um roteiro fora de Gramado, para a região da serra. Acabei me inserindo na conversa perguntando de onde provinham. Um era natural do Mato Grosso do Sul - Campo Grande e o outro de São Paulo capital. Este último justificou sua vinda à Gramado em razão do encontro de Pneumologia que estava ocorrendo na cidade.

Após indagá-los sobre o que achavam de Gramado, o paulista disse não gostar muito de região Serrana, pois é muito frio, *Gramado é uma cidade de inverno*, preferindo as praias, um clima mais quente. Complementou dizendo que

as pessoas aqui são muito sulistas, não sei, meio parecido com os paulista, talvez por isso que aqui não me chama muito minha atenção. Veja só, pessoal da Bahia são mais calorosos, daqui são educados mas são frios, distantes.

O outro rapaz, mato-grossense, estava de passagem, seu destino era o Chile, mas como iria passar pelo estado do RS, resolveu, seguindo conselho de conhecidos, conhecer Gramado. Entre a conversa com o paulista surge a diferença entre o comportamento dos sulistas e dos baianos⁵⁸, para o rapaz de Campo Grande: *é como na Europa, cada um na*

⁵⁸ Ao conversar com uma baiana, esta disse gostar de Gramado, *de vir para o sul do país porque é diferente, é outro país, isso se observa no sotaque, no comportamento, aqui é mais comedido e na Bahia as pessoas são mais abertas, talvez seja em função das praias*. Muitas explicações por parte dos turistas, principalmente do Nordeste e do Norte, vinham

sua, tudo organizado, nos lugares, tanto que fica difícil chegar nas pessoas. Afirmando ainda, que deveria ser exceção encontrar pessoas calorosas em Gramado, em função da imigração européia.

Ao final da conversa, o paulista reclamou que o chocolate na cidade era caro, mais do que em São Paulo. Além disso gostaria de comprar o Kikito em chocolate, porque *a grande diferença aqui, é o Kikito.* Percebe-se aqui como já visto anteriormente o interesse do turista pelo diferencial, pelo produto que carregue distinção consigo. Desse modo, transferindo tal significado ao portador/possuidor. O Kikito em chocolate é um exemplo de que este objeto mais do que ser bom para comer é bom para pensar.



Foto 13: Kikito de chocolate em exposição na loja Planalto

acompanhadas de uma comparação marcando a diferença, seja pelo temperamento, seja pelas condições geográficas e climáticas entre as regiões do Norte e do Sul.

6.4.4 Clima frio, gente também

Em uma segunda-feira observei bem menos turistas passeando na região central⁵⁹, mas mesmo assim sempre é possível encontrar grupos andarilhos de amigos ou famílias ou ainda casais, pelos locais de preferência ou recomendados para visitação. O grande espaço na frente da igreja São Pedro é uma importante área onde circulam boa parte dos turistas que vêm   Gramado. No meio da manhã considerarei interessante abordar alguém pelas redondezas da igreja.

Aproximei-me de uma jovem que observava um rapaz fotografando a igreja. Ao me apresentar, descubro que era um casal, ela natural de Porto Alegre, mas residente em São Paulo. Vindo visitar seus pais em Porto Alegre, aproveitou a ocasião e convidou seu namorado para vir a Gramado, visto que o mesmo tinha curiosidade em conhecer a cidade. Ela me explicou que para os paulistas: *Gramado   uma cidade muito conhecida, tem muito paulista que conheci que já tinha vindo para cá,   incrível.*

Interessante é a compara o que faz com Campos do Jordão, dizendo que nesta cidade *tem as mesmas coisas que aqui, o que muda é as pessoas*. Nesse momento seu namorado, que estava fotografando a Igreja de Pedra (São Pedro), chega reclamando, pois havia solicitado para uma mulher sair de sua frente visto que ela estava impedindo-o de fotografar a Igreja: *eu chamei ela, sem mais ninguém, só eu e ela e ela simplesmente baixou a cabeça e saiu, como se não tivesse escutado*. A partir desse relato ele comenta para namorada: *as pessoas aqui se parecem muito com o clima*

⁵⁹ Nos finais de semana aumenta consideravelmente o fluxo de turistas que, de segunda   quinta-feira se restringem àqueles que vêm   negócios, ou ainda em grupos de terceira idade, estudantes, religiosos, etc.

da cidade. Ou seja, naquele dia apesar de ensolarado estava com a temperatura baixa.

6.4.5 Como tem brasileiros nessa loja.

Em certo dia, fui almoçar em um restaurante à quilo, chamado *Bom Gosto*, com um preço acessível, se comparado com os demais restaurantes em Gramado. Eu já conhecia de passagem o proprietário, através de conversas rápidas e informais. Nesse dia, na hora de pagar a conta, iniciei conversando com ele sobre o movimento dos turistas naquela tarde em que chovia desde o dia anterior. Me responde falando que o fluxo de turistas no restaurante estava mais fraco naqueles dias, ainda mais com chuvas que já estavam começando a prejudicar a região serrana com alagamentos. Mas com um certo grau de otimismo de um comerciante à espera do cliente, disse-me que a partir do dia 06 de outubro haveria um congresso o qual movimentaria a cidade.

Aproveitando o momento, indaguei-o sobre o turismo em Gramado. Para ele, a comunidade local, apontando com o olhar para seus empregados, poderia aproveitar melhor o turismo que a cidade proporciona visto ainda ter gramadenses que não entendiam que em Gramado há uma forma própria de se fazer turismo. Exemplifica seu ponto de vista citando: *o tratar bem os turistas, ser simpático, cuidar das casas, dos jardins, das flores, dar educação à população local*. Nesse instante, se aproxima uma senhora para também pagar a conta do almoço.

Ele pergunta a ela se a comida estava boa, ela responde sem muito determinação dizendo: *sim está*. Fiquei observando os dois, quando a senhora olha para mim como se me incluísse na conversa, de modo que aproveitei para lhe indagar a respeito do lugar de onde provinha. De forma objetiva disse que era de Brasília. Para continuar com o diálogo, lhe falei que tinha estado no período de julho e nesta cidade Brasília e que havia sentido frio alguns dias, principalmente, a partir do anoitecer.

Sem muito retorno, fiz outra pergunta sobre o que estava achando de Gramado, foi a questão que lhe fez falar. Mas antes, lhe expliquei que eu estava desenvolvendo uma pesquisa sobre o turismo nesta cidade. A partir desse momento, ela comentou que adorava Gramado, já tendo vindo 03 vezes visitar a cidade, sendo que desta vez veio com sua família via Soletur (agência receptiva de turismo) e parte da turma, naquele instante, estava em Bento Gonçalves conhecendo a *Rota do Vinho*. Ela resolveu ficar, mais sua filha que logo apareceu, pois ambas já conheciam Bento Gonçalves quando das outras vezes que estiveram em Gramado.

Entre algumas coisas que se conversou, a senhora ressaltou que o atendimento nas lojas era muito bom, as pessoas eram muitas simpáticas, atenciosas, diferente de Brasília, onde, dependendo do caso, *o funcionário até te expulsa da loja, com medo de atender, de ter que trabalhar melhor*. Já sua filha, depois de interar-se do assunto fala das razões de sua visita a Gramado. Para a jovem, seriam muitos fatores, isto é, *não tem uma só coisa, é as pessoas, são educadas, parece que não se está no Brasil*. Exemplifica relatando: *eu estava caminhando na loja e pensei para mim mesma, como tem brasileiros nessa loja, fui ai que me fraguei que eu estava no Brasil, em Gramado*. Nesse sentido, procurando me ilustrar a sensação que Gramado fez-lhe sentir, chegando a pensar que estava na Europa.

Já o proprietário do restaurante aproveita para dizer que aquilo que elas tinham dito fazia parte da cultura do povo de Gramado, destacando exclusivamente os italianos, com isso sua descendência. Falou ainda que no mês de dezembro a cidade ficava linda, com as flores das hortênsias desde Três Coroas até Gramado. Perguntei novamente à filha se ela tinha viajado para outros lugares, sendo que me respondeu dizendo que costumava ir para o nordeste: *lá é bom, o pessoal é acolhedor, mas aqui as pessoas tem educação, é um outro país*. Finalizando a conversa, a moça fala que continuaria vindo e iria recomendar para outras pessoas visitarem Gramado.

(Eu) Mesmo com a chuva? *Sim, mesmo, a gente sai, vai as lojas, conversa com as pessoas e quando tu vê o tempo já se passou.*

6.4.6 Você está vendo algum negro aqui?

Já no final da tarde, falei com dois casais de cariocas no momento em que estavam conversando na praça Major Nicoletti. Ao apresentar-me perguntei logo o que estavam achando de Gramado. Um senhor, tomando a iniciativa de falar entre o grupo, me informou que apreciava a educação, o estilo de vida europeu que as pessoas pareciam viver, o que deveria ser em razão da imigração européia na região. Para ele, tal realidade dificilmente se encontra em outros lugares do Brasil.

Uma das mulheres comenta que a cidade passa algo de agradável às pessoas, a limpeza das ruas, a cultura do sul, talvez fosse ainda a confiança que os visitantes depositam nos gaúchos, fazendo com que se sintam mais relaxados porque não sentem-se enganados. Ela percebia esses aspectos pela atenção com que os moradores locais passavam as informações, *não são erradas como outros lugares, não tem ninguém querendo tirar vantagem como normalmente acontece em cidades maiores.*

Outro senhor comenta no sentido de não ter visto camelô, pedinte, negro, mendigo na cidade. De imediato, pergunto: *por que o senhor falou dos negros?* A resposta vem com o dedo apontado aos arredores da praça, indagando-me: *você está vendo algum negro aqui, você não encontra, por favor me aponta um. É que eles são de classe baixa, bagunçam muito com as coisas.* Nesse momento, uma das mulheres o chama pois estava na hora de ir para o hotel, devido a estarem com a agenda lotada em função a programação referente ao pacote que tinham comprado. Na realidade o

comentário da mulher foi uma forma de interromper a conversa que já estava tornando-se polêmica.

6.4.7 Tranqüilidade e Segurança

Em uma manhã de domingo, passando do meio-dia, avistei um casal sentado em um banco de praça. Pareciam estar tranqüilos bebendo chimarrão e lendo jornal, indício este que aguçou minha curiosidade sobre o que poderiam eles pensar sobre Gramado, visto eu ter até então conversado em grande parte com turistas oriundos de outros estados.

Descobri que eles eram de Santa Rosa-RS, e que estavam na cidade para participar de um encontro de comercialização de jóias. Os dois disseram que costumam vir para essa região passear, ressaltando como motivação a tranqüilidade de se estar ali, sem se incomodar, pois podiam ficar sentados na praça sem se preocupar com a segurança e, isso, poderia ser em qualquer hora, diferentemente de Santa Rosa, a qual mesmo sendo uma cidade interiorana de médio porte, não apresentava mais a paz de poder caminhar tranqüilo pelas ruas. O senhor complementa dizendo que este aspecto da segurança fazia a diferença e que, possivelmente, fosse uma das principais característica de Gramado a qual as pessoas levavam em conta quando tinham de escolher um local para passeio.

6.4.8 Sem violência, calma

Em outro momento, conversando com uma das recepcionistas do centro de informações turísticas de Gramado, situado na praça Nicoletti, tive a oportunidade de observar e conversar brevemente com um grupo de

jovens vindas do Rio de Janeiro, quando elas buscavam orientação sobre a localização de um determinado Banco. Aproveitando a situação, perguntei a elas sobre o que as levava a estar em Gramado. O motivo seria a participação em um encontro de Fisioterapia que estava acontecendo no hotel Serrano⁶⁰.

Segundo elas, estavam gostando do frio, da cidade e a imaginavam como tinham visto na televisão - *caindo neve, tudo branquinho, as casas todas trabalhadas em madeira, com cortininhas, com rendinhas*. Uma delas comenta que, ao saírem à noite, perceberam uma cidade sem violência, *calma, sem problemas da gente se preocupar com o horário, onde andar, com o dinheiro que você carrega quando está viajando*.

6.4.9 Cidade Organizada

Em uma manhã, cheguei para conversar com dois rapazes no momento em que um estava fotografando o outro, tendo como plano de fundo a praça e as lojas que localizam-se paralelas a rua Borges de Medeiros. De início não entenderam muito sobre o que tinha falado, somente depois quando me disseram que eram uruguaios e que eu deveria falar mais devagar é que consegui dialogar. No entanto, apenas um deles falou, talvez por ter sido o que mais me entendeu. Com um diálogo apoiado em um *portunhol*, o rapaz me informou que eram de Punta del Este e trabalhavam em um jornal. Perguntei o que estavam achando de Gramado. Ele me responde dizendo que gostava muito dos brasileiros, achando-os um povo muito hospitaleiro, a ponto de querer morar no Brasil. Ainda diz que, no

⁶⁰ Após o encontro com esses turistas, fui até o Serrano onde estava acontecendo um evento. Conversei com uma mulher que trabalha para Andréia Brum Eventos. Logo lhe indaguei o motivo de realizar o evento em Gramado. Para ela, em primeiro lugar, está o aspecto turístico da cidade (os produtos, a paisagem natural, a vista, o horizonte, a neblina), para tem mais atrativos do que Porto Alegre. Além disso, comenta que o hotel Serrano fornece uma boa infra-estrutura, serviços em geral do hotel. Mas para conseguir fazer um

Brasil, há melhores condições de vida, visto que no Uruguai e na Argentina as coisas não estão bem economicamente. Imaginei que estar em Gramado pode tê-lo influenciado a pensar sobre uma favorável condição sócio-econômica do Brasil com relação ao país deles.

Os dois estavam voltando das praias de Florianópolis, e sempre passavam por Gramado ao retornarem ao Uruguai. Um deles disse gostar de vir porque é uma cidade *organizada, limpa, isso é importante, tem tranqüilidade*. Indaguei-o sobre o motivo de Gramado ser o que é. Me respondeu apontando que a causa possível deveria ser a comunidade da região: *são organizados, me parece ser uma comunidade alemã, italiana, não sei, mas são mais unidos. No Uruguai, já está tudo mestiçado, índio com branco, estes são revoltados e esperam muito do governo, são como filhos*.

Finalizamos a conversa com sua reclamação ao dizer que Gramado não tinha diversão noturna, visto ter tentando sair na noite anterior e apenas encontrou o *Bill Bar*, o qual e tinha poucas pessoas, tendo que ir embora para o hotel mais cedo do que esperava. Por isso, considera que a cidade deveria investir mais na diversão noturna⁶¹.

Em um outro dia, no meio da tarde, conversando com uma vendedora de cachorro quente no limite da rua Borges de Medeiros com a calçada da praça, avisto três jovens próximos de nós, sentados no banco da praça. Então resolvi me aproximar e perguntar-lhes sobre o motivo de estarem em Gramado. Após minha apresentação, me disseram que tinham vindo para um encontro religioso da Igreja Batista chamado *Celebrai*. As duas meninas e mais um rapaz, estudantes da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), me apontaram alguns aspectos que apreciaram na cidade: acharam uma cidade *limpa, cuidada, organizada*, com uma

evento em Gramado depende das datas dos grandes eventos de Gramado, como Festival de Cinema e Natal Luz, os quais atraem um grande número de pessoas para a cidade.

⁶¹ O Bill Bar é uma importante casa noturna, das poucas existentes em Gramado. Na realidade os jovens costumam optar por Canela visto existir mais bares noturnos, principalmente, voltados aos estudantes da Faculdade de Turismo e Hotelaria de Canela.

arquitetura padronizada, aspectos que pouco se poderia perceber em outras cidades que já visitaram. No entanto encontraram os preços dos produtos no comércio da cidade bastante elevados. Isso me fez associá-los com o que a vendedora de cachorro quente havia dito ser seu público, isto é, jovens que não traziam muito dinheiro e tinham dificuldade de encontrar locais com preços que se ajustassem às suas economias, com também de crianças acompanhadas dos pais, as quais segundo ela, adoram comer cachorro quente. As reclamações com relação aos preços advieram mais dos turistas gaúchos, na maioria, da região metropolitana.

6.4.10 Um clima para turismo

No final de tarde do mesmo dia, abordei um casal que passeava pela calçada da praça Nicoletti, ambos segurando sacolas de compras de lojas do centro de Gramado. Eram de Bento Gonçalves e tinham vindo para um Congresso de Pneumologia. Logo comentei a eles que Bento Gonçalves também era uma cidade turística mencionando a *Rota do Vinho*. Com relação a isso, observaram que Bento Gonçalves era uma cidade industrial, diferentemente de Gramado que estava quase exclusivamente voltada para o turismo. Por isso, para eles Gramado estava mais *arrumadinha*, sendo que o rapaz complementa dizendo:

aqui tem um ambiente favorável, a gente se sente mais à vontade para passear pela cidade sem maiores transtornos, já em Bento é impossível de escapar, não sei, aqui se conseguiu criar um clima pra turismo mesmo.

Possivelmente, este clima significa a preparação da cidade para a visita no sentido de ficar “arrumadinha”.

6.4.11 Espero que pare por aqui

Começava a chover timidamente no final de tarde, e eu ainda desejava conversar com alguns turistas, quando avisto um casal sentado em um banco do outro lado da praça Nicoletti. Ao me apresentar, logo pergunto a eles se são moradores ou estão visitando a cidade. Respondem dizendo que são de Porto Alegre e estavam aproveitando o final de semana, como de costume, para passá-lo em Gramado. Ainda informaram que freqüentemente vêm com os pais da jovem, visto estes terem um *Flat* no hotel Serrano.

Gramado para eles é uma cidade associada ao descanso, ao passeio pelas ruas, sem se preocupar com a correria de Porto Alegre. Costumam também fazer compras, sendo que naquele momento estavam carregando sacolas com roupas e chocolates. Com relação a isso, apontaram para o fato dos preços dos produtos serem mais *caros* do que em Porto Alegre. Nesse sentido, a moça disse: *mas é o preço que se paga pela estrutura da cidade, eles sabem que é isso que atrai essas pessoas que tu tá vendo, elas pagam pelo que vêm fazer e ver em Gramado.*

Segundo, o rapaz:

tu não vem pra cá pra ver um centro cheio de gente, uma avenida cheia de carro, poluição, sem um verde, apesar de que Gramado cresceu, espero que pare por aqui, senão vai perder esse diferencial.

6.4.12 Clima Romântico

Depois de conversar com Harry⁶², achei conveniente ir ao centro observar e conversar com os turistas. Ao chegar na praça Major Nicoletti avistei um grupo de jovens adolescentes reunidas, algumas em pé,

⁶² Fotógrafo responsável pela elaboração de alguns cartões postais vendidos na cidade.

outras sentadas em um banco da praça. Agrupavam-se a fim de posar para fotografias, de tempos em tempos revezando a fotógrafa. Tendo como plano o chafariz da praça, uma delas pediu ao grupo que pronunciassem a palavra *chá*, no mesmo sentido da expressão *xis* comumente solicitada pelas pessoas na hora de fotografar. Ao me apresentar, descubro que são, umas de Blumenau e outras de Florianópolis. Perguntei o que estavam achando de Gramado, e responderam que estavam adorando, achando a *cidade dos casais*. Nesse instante, todas olharam-se e riram, comentando que estavam todas sozinhas em uma cidade com aquele *clima romântico*.

Ainda, de maneira sintética, disseram que Gramado é uma cidade para passear e para fazer compras, algumas delas tinham em mãos sacolas de compras. Sendo que uma delas comenta, de modo conclusivo, *é isso aí*, referindo-se as atividades que se poderia fazer em Gramado. E diz: *à noite o que tem para fazer é ir nos restaurantes, no cinema só no final de semana, não tem muito o que fazer a noite*. Outra menina identificando-se de Blumenau, falou que era melhor o turismo em Gramado porque é uma cidade turística todo ano, tem mais eventos e coisas para ver, diferente de Blumenau que é só em Outubro.

6.5 Palavras finais sobre os turistas

Como forma de ilustrar o que desejo dizer neste final de capítulo, inicio comentando a observação de um proprietário de uma pousada em Gramado, que ao referir-se aos turistas, relatou-me que o que as pessoas procuram em Gramado são sonhos e eles procuram satisfazer essas expectativas. Tais sonhos podem significar a possibilidade de encontrar-se em um mundo que os remete ao “extraordinário”, ao “fantástico”, em um mundo onde possam “escapar” da vida cotidiana, atribuindo outros sentidos a ela.

A remissão feita por este profissional do turismo aos sonhos dos turistas fez com que a minha reflexão se voltasse sobre a relação entre sonho e imagem. Seria possível conceber sonho sem imagem? Acredito que não. Uma outra maneira de ver essa questão é, por exemplo, supormos a privação de um homem com relação às imagens “externas”, do mundo “de fora”, devido a um problema que impossibilite sua visão ocular. No entanto, em função da condição psico-biológica humana, somos capazes de produzir imagens independentemente de uma capacidade somente sensório-visual.

Desse modo, é exatamente a essa capacidade de produtores imagéticos que os sonhos estão relacionados. Para aquele que vê, sem dúvida, seu universo onírico estará associado às suas experiências sensoriais frente ao mundo real. No turismo existem certos especialistas na produção de imagens culturalmente constituídas. Eles são hábeis em transferir tais imagens a contextos diversos onde o sentido dado ganha outras roupagens, outros significados. De acordo com Rodrigues (1999:26), *a imagem se forma na mente dos indivíduos em razão de suas fantasias, enquanto os promotores do espaço turístico procuram captar essas imagens e ir ao encontro delas.*

É sobre esse aspecto que pretendo discorrer no próximo capítulo. Mas antes disso, considero importante refletir sobre as falas dos turistas as quais se traduzem em conceitos sobre o mundo, sobre a sociedade, sobre a cidade.

Os turistas deslocam-se pois procuram novas experiências, novas possibilidades, novos universos imagéticos. Como se pode constatar, os turistas em Gramado, de maneira geral, estão à procura de espaços ordenados, organizados, onde a tranquilidade torna-se a regra no cotidiano turístico. Tais pontos emergem a partir de pessoas que tentam encontrar espaços que se traduzem diferentes dos lugares de onde vieram.

Os visitantes em Gramado parecem querer contrabalançar suas experiências cotidianas por meio de um universo de possibilidades, entre as quais o turismo está inserido. Os turistas querem ver as coisas conforme as suas expectativas, caso isso não ocorra, pode resultar em frustração e, por sua vez, perda de mercado turístico por parte da comunidade. Por isso, a cidade se prepara e se estrutura para que as emoções e os sentimentos dos seus visitantes sejam em favor de tal organização, e é pensando nesse sentido que procuram voltar-se.

A contrapartida disso tudo com relação à comunidade local são as conseqüências, por assim dizer, do processo turístico na cidade. Ou seja, são os espaços compartilhados com os turistas, muitas vezes conflitantes, como o crescimento da população residente na cidade, e o desejo de certos moradores em que os turistas queiram entender a história de Gramado ao invés de simplesmente ter estado lá. Tudo isso cria uma dinâmica própria em Gramado, na qual a ordenação que se objetiva produzir, possibilita também o caos. Tensões estas dificilmente se encontrarão livres, pois a ordem das coisas gera, juntamente nesse processo, a desordem.

No entanto, para o visitante, a cidade é representada, de maneira geral, através da ordenação constituída localmente pela comunidade. É essa organização, a tranqüilidade, a segurança e o cuidado com a cidade que o turista espera encontrar em Gramado, bem como aspectos de distinção ou peculiares da região, tais como a possibilidade de nevar, o estilo de vida e o comportamento (educados, honestos e distantes) da comunidade local, inclusive características fenotípicas indissociáveis ao estilo europeu ao qual Gramado está vinculada.

Como é possível perceber, eles parecem corresponder discursivamente àquilo que se deseja ver em Gramado. São exemplos de que a escolha de um determinado lugar turístico não é gratuita, pois o turista, ao deslocar-se de seu local de origem, deseja vivenciar experiências

planejadas antecipadamente em função das informações que já possui sobre o lugar de destino.

7. IMAGENS

Este capítulo tem a proposta de realizar uma análise de imagens fotográficas de determinados locais da cidade de Gramado sob a forma de cartões postais. Estes cartões, ao meu ver, são ícones no que tange ao processo de construção social de imagens sobre a cidade. Esta parte do trabalho objetiva instigar a reflexão por meio das composições imagéticas materializadas em cartões postais a fim de se perceber o processo de construção da imagem.

Apoio-me em Aumont (2000) o qual entende a imagem como sendo arbitrária, inventada e plenamente cultural. Os elementos-sígnicos que compõe cada imagem fazem parte daquilo que MacCannell (1999:45) chama de *reprodução mecânica* cujo estatuto é o de transformar lugares turísticos em bens sacralizados. Parte das motivações dos turistas tem base na busca pelo verdadeiro objeto, pela coisa real, que momentos antes do encontro se mantinha no campo da representação dos lugares que deseja ver.

Cabe ainda salientar que o ato criativo na composição da fotografia pelo especialista implica a elaboração prévia de discursos socialmente organizados nos quais estão em jogo signos e símbolos capazes de dar origem a fotos vendáveis. Torna-se pertinente, nesse sentido, destacar em especial, aquilo que Fonseca (1995:146) comenta, em especial, com relação a filmagem, mas que torna-se útil também para o ato fotográfico.

O trabalho visual assemelha-se, em muitos aspectos, a esse mesmo processo de tradução da realidade, de reconstrução de si. Seria ingênuo no extremo ignorar a ruptura que existe entre a realidade e sua representação imagética. As filmagens envolvem uma eleição de objeto, escolha de tomada e enquadramento que desmentem qualquer idéia sobre o aspecto meramente mecânico desse registro.

Mas antes de entrarmos na análise propriamente dita dos cartões postais, considero relevante problematizar, a partir da minha experiência de campo, algumas questões relativas à construção da imagem em Gramado implicada na atividade do turismo nessa cidade.

São 10:30 da manhã de uma terça-feira no mês de outubro. Caminhando pela Borges de Medeiros, observei no outro lado da rua, um homem limpando a fachada de uma loja cuja parede apresentava detalhes em madeira. Ele estava passando um pano úmido, certamente retirando a poeira acumulada e fixada pelo tempo. Para mim, esta cena parece ser comum como em qualquer lugar, mas em Gramado o cuidado com a limpeza, com uma certa ordem das coisas, significam aspectos fundamentais que a cidade procura manter, pois é exatamente isso que os turistas apreciam, como já visto anteriormente.

Segundo comentário de Paulo, o qual atualmente exerce a profissão de advogado, mas que já trabalhou em um cargo na Secretaria do Turismo em gestões passadas - a respeito de como Gramado tem trabalhado o turismo:

Eu vejo em você (eu) um rapaz de cara limpa, vou te falar, vou te passar a verdade, pois acho que é isso que tu está querendo. Um exemplo é o que se fez em Gramado, se anunciava no jornal que tinha neve, mas era apenas uma geadada.

Nesse momento, para ilustrar seu compromisso com a “verdade”, ele começa a procurar uma reportagem em que há afirmações de um ex-secretário de turismo sobre sua forma de trabalhar. Ele continua comentando a reportagem sobre o ex-secretário:

ele disse aqui (na reportagem) que diminuía a temperatura dos termômetros eletrônicos, que existem em alguns pontos na cidade, com a intenção de manter a temperatura baixa. Fazia 07 graus ele colocava para 04 graus.

As observações desse morador fazem emergir tensões entre quais imagens se deseja mostrar ou exibir da cidade, com aquelas que se quer deixar despercebidas dos turistas em Gramado. A mudança de temperatura dos termômetros traduz os objetivos da cidade de construir uma “realidade” que corresponda ao esperado pelos turistas que, possivelmente, já absorveram, em grande parte, mensagens manipuladas estrategicamente pelos, assim dizendo, “criadores de expectativas” por meio do marketing turístico tanto via mídia como via agência de turismo.

Um exemplo a esse respeito foi uma situação ocorrida em um ônibus panorâmico de passeio turístico pela cidade chamado *Jardineira das Hortênsias*. Neste ônibus tive a oportunidade de escutar de forma indireta - *de canto de ouvido* - uma senhora reclamando para seu marido que ela não teria saído do Rio de Janeiro para sentir calor em Gramado. Um sentido que se pode inferir a partir dessa fala é como se ela quisesse dizer *vamos para Gramado a fim de sentir o frio*; então, a possibilidade de sentir o frio parece ser um produto entre outros a serem consumidos/experenciados em uma cidade de *turismo do frio*. Poderíamos afirmar que a expectativa dessa turista é resultado daquilo que MacCannell nos fala sobre as regiões dos bastidores (back regions) de ambientes que o turista visita, no sentido de que corresponde ao preparo de uma “autenticidade encenada” (staged authenticity) por meio da construção de certos tipos de mistificação que dão suporte à realidade turística.

Nesse sentido, a imagem de Gramado pode ser elaborada e transmitida aos turistas de diferentes formas, seja via mídia seja via comentários de um turista para outros sobre a cidade. O objetivo aqui é suscitar questões relativas aos usos e significados das imagens elaboradas e

produzidas para serem "consumidas" pelos turistas, através da materialidade dos cartões postais e do simbolismo que estes têm de remeter.

Procuro mostrar, com isso, que existem determinados "conhecimentos" responsáveis pela elaboração e criação das imagens nesses cartões postais. Estes conhecimentos podem ser percebidos tanto do ponto de vista do lançar mão de certas tecnologias (nesse caso: da Câmara fotográfica e demais parafernalias disponíveis), como também da maneira como se constrói uma certa composição imagética a partir dos ajustes e usos dessas tecnologias.

Tem-se consciência também que há outros conhecimentos relativos ao marketing e a propaganda socialmente construídos e caracterizados para criação, inculcação e pela manipulação de determinadas significações em imagens a fins de persuasão ideológica através dos meios de comunicação ou nas interações sociais da vida cotidiana e, assim dizendo, fazendo-se presente no imaginário social. Nesse capítulo esses conhecimentos - materiais de propaganda turística - são apresentados de maneira subjacente com relação ao foco central, os cartões postais, os quais não deixam de preencher esse papel.

Junto a essa tarefa, surge a possibilidade de se analisar comparativamente as imagens de minha autoria com as representadas nos cartões postais. Não se tem aqui a pretensão, com tais comparações, de dizer que minhas fotos alcançaram, qualitativamente, um certo grau de semelhança ou de diferença com relação às imagens dos cartões postais construídas por profissionais da fotografia, mas sim chamar a atenção para o fato de que as "fotografias-postais" são produto de todo um projeto anterior ao simples clicar da máquina. O que se pretende fazer é uma aproximação desse projeto reconhecendo minhas limitações no uso da fotografia. Os fotógrafos profissionais são, ao meu ver, artistas do 'saber ver', do 'poder dizer', do 'fazer pensar' e 'sentir' através das imagens.

Para alcançar meus objetivos acima descritos, procurei fotografar, com uma máquina do tipo automática, sem recursos de transferência ao manual, somente com possibilidade de uso de um "zoom" eletrônico (38-60 mm). A escolha da referida máquina foi devido a um problema ocorrido na lente objetiva (35-100 mm) de minha máquina manual, a qual seria por mim utilizada, visto que eu poderia fazer maiores experimentações com os ajustes no foco, no próprio "zoom", no diafragma e no obturador a fim de alcançar um enquadramento, uma definição e uma composição que permitissem compreender melhor o processo de construção das imagens presentes nos cartões postais. No entanto, o manuseio de uma máquina automática como a que me propus a trabalhar, possivelmente assemelha-se a poder estar de acordo com muitas câmaras com as quais os turistas costumam circular em Gramado.

Com relação a esse último aspecto, um fotógrafo da cidade que produz cartões postais comenta que houve uma diminuição das vendas dos cartões desde que os turistas começaram a usar suas próprias máquinas fotográficas, isto é, eles começaram a produzir suas próprias imagens, não precisando comprar imagens de outrem, diferentemente de décadas atrás quando a máquina não era ainda tão popularizada. No entanto, independente da demanda por cartões postais ter diminuído, segundo este fotógrafo, considero de grande relevância examinar esse material imagético quando se deseja entender a produção de imagens de locais turísticos, como em Gramado.

Poderíamos pressupor que as máquinas utilizadas pelos fotógrafos que produziram as imagens dos cartões postais de Gramado tenham sido câmaras do tipo "ajustável", isto é, possível de regulagem do diafragma, do obturador, do foco, do zoom, de lentes especiais e, até mesmo, dos recursos em situação de laboratório, o "pós-clique" da máquina. De acordo com um fotógrafo que produz cartões-postais:

Normalmente são dez fotos que tiro e escolho uma só. E depois tem a revelação em slide, eu só fotografo filmes de slides, dá mais qualidade na foto, tem mais recursos, mas não se encontra em qualquer lugar. Depois tem também a tinta que é usada na impressão que deixa mais colorido o postal.

Tais possibilidades técnicas, permitem ao fotógrafo uma maior manipulação no processo de produção da imagem "in locus" pela câmara e, posteriormente, usufruir de outras pertencentes ao espaço da "sala escura" no laboratório. Ou seja, a foto precisa comunicar a intenção do fotógrafo de forma eficiente, mesmo que se considere as múltiplas interpretações possíveis visto a complexidade do processo heurístico e cognitivo humano na avaliação de uma imagem.

Ressaltadas essas considerações, gostaria de comentar algumas observações registradas em minha inserção a campo nos dias em que realizei as fotos. No período de dois dias, no final do mês de julho⁶³, saí de Porto Alegre rumo a Gramado em plena onda de frio na região, fato este tão apreciado pelos turistas, principalmente se houver uma precipitação de neve, fenômeno não presenciado por mim.

Hospedado em um hotel Felicidade (nome fictício), localizado em um bairro afastado do centro da cidade e não muito valorizado para a atividade de hotelaria, pude perceber alguns valores significativos do turismo em Gramado.

Estava eu sentado em um sofá na sala da recepção, próximo a um pequeno fogão à lenha⁶⁴, tomando um chimarrão com a proprietária do estabelecimento, quando estaciona na frente do hotel um carro com placa de Blumenau. Por cerca de 20 minutos, através da janela, pudemos ver que havia um casal conversando no interior do veículo. Percebendo tal situação,

⁶³ A única foto tirada em período diverso deste é a de número 5, quando por ocasião da Festa da Colônia, em março de 2000.

⁶⁴ Tal fogão procura aquecer a parte da entrada do hotel, uma ampla sala que dá caminho para os quartos e refeitório. Procura também amenizar a ausência de calefação que normalmente é encontrada em outros hotéis.

a proprietária já com um tom de desconfiança na voz, me diz que o casal, com certeza, estava avaliando o hotel, pensando se iriam ficar ou não, e que possivelmente viriam com uma desculpa para cancelar a reserva, muitas vezes paga antecipadamente.

Tal fato se confirmou quando a mulher desceu do carro e, ao chegar à recepção, fala que não poderia ficar hospedada no hotel em virtude de um outro casal que os acompanhava ter se acidentado no caminho para Gramado, de modo que teriam que retornar a Blumenau. Fato consumado, a proprietária me disse ainda que era comum que turistas vindos da cidade de Blumenau não se hospedassem no seu hotel, sem saber me dizer as razões desse comportamento.

Apesar das expectativas, nesse dois dias em que estive hospedado no Hotel Felicidade não houve sinal de neve, apenas comentários a respeito do frio como: *parece que não vai chover, então se prepara que o frio vem aí*. Também era motivo de conversa entre os hóspedes o aparecimento de leves camadas de gelo criadas no chão em determinadas áreas úmidas. Um exemplo disso, foi quando um senhor me convida para irmos na parte da frente do hotel, onde havia um extenso gramado, a fim de me mostrar umas finas camadas de gelo em um poça de água devido ao frio da madrugada e à umidade relativa do ar característica da região nesse período de inverno. Apontando e logo em seguida tocando com o dedo indicador na água congelada, ele comenta: *agora está assim fininha, mas hoje bem cedo tudo isso (ao nosso redor) aqui estava branco de gelo*.

Em Gramado o frio que poderia ser considerado um problema social, torna-se assunto destacado positivamente nos discursos do turistas. Nesse período de forte inverno, muito a mídia televisiva reportou o frio como causador de doenças e até morte entre os idosos, crianças e pessoas carentes de periferias urbanas. No entanto, o frio intenso em Gramado ganha

outros sentidos, atrai turistas, é motivo de comentários conforme Jornal de Gramado:

uma imagem espetacular na primeira hora da manhã de sexta: a grama com uma grossa camada de gelo e a água que corria do telhado completamente congelada, num cenário genuinamente europeu. (2000:4-5)

A partir desse breve relato podemos pensar um pouco sobre a existência de diferentes expectativas por parte dos turistas com relação às suas estadias em Gramado. Tais expectativas, ao meu ver, tem conexão direta com as imagens construídas para e pelos turistas a respeito do que eles esperam ver na cidade. O modo como se expressa o olhar desses turistas pode ser revelador dos sistemas simbólicos que estão em jogo sobre um saber ancorado em tipo específico de fazer turismo e de ser turista em Gramado. Entendo que esse olhar é fruto de um processo social de aprendizagem, o qual pode ser percebido através das práticas dos turistas na cidade e em seus discursos em situações interativas criadas nos momentos de turismo na cidade.

Por final, a meta é refletir, então, um pouco sobre as possíveis imagens que simbolicamente são escolhidas para falar, representar a cidade, assim como os elementos que as compõem e as fazem representativas enquanto imagens aglutinadoras de significados. Ou seja, as imagens podem servir como instrumentos culturais de comunicação, mas existem aquelas que reúnem um conjunto de mensagens ideológicas e que servem de referência expressiva de uma totalidade, no caso, de Gramado.

Para atingir o objetivo acima exposto, considerarei alguns pontos importantes presentes nas imagens via cartões postais que, de uma certa forma, traduzem os objetivos e os elementos significantes na composição das *fotos-postais*.

Em primeiro lugar, gostaria de iniciar apontando para o elemento "Natureza". Em uma significativa propaganda turística feita pela

prefeitura encontramos a seguinte frase: *Gramado quatro estações, turismo o ano inteiro*. Esse enunciado representa o "investimento" que é dado na produção de imagens ancoradas na idéia da existência de "belezas naturais" na cidade e na região. Como exemplo, nos postais escolhidos para esse trabalho, podemos verificar a focalização em determinados temas. Em primeiro lugar, verificamos a neve, o frio, a vegetação "verdejante" e certos tipos de árvores, plantas e flores segundo a estação. Em segundo lugar, é a arquitetura local, com suas construções estilo bávaro e enxaimel, além de outros estilos arquitetônicos como os das Igrejas e hotéis. Temos ainda, o foco centrado nos eventos, nesse caso, no "Natal Luz", onde são organizados atrativos esteticamente elaborados e socialmente valorizados.

Existem outras atrações turísticas que não estão contempladas nos cartões postais apresentados neste trabalho, mas que no entanto torna-se importante mencioná-las devido à relevância que ocupam na construção simbólica da imagem de Gramado. Estou me referindo a gastronomia local: Pratos Italianos, Alemães e Suíços (Fondue), o chocolate, o café colonial e os produtos da Colônia: todos esses produtos predicados pela qualidade de ser "de Gramado". E, por último, a imagem da própria população local ressaltada por sua origem européia cujas características são valorizadas socialmente pelos turistas, assim como podemos pressupor estar presente no imaginário brasileiro sobre "ser-europeu".

Gostaria ainda de dizer que não vejo a imagem fotográfica como se fosse uma versão literal da realidade, pois ela também é produto de processos químicos que a fixa no filme e, posteriormente, na revelação, assim como de mecanismos internos da própria máquina que propiciam diferentes recursos na apreensão da vida social. Da mesma forma, percebo a cidade como produto humano, que simboliza seu poder criador por meio dos diferentes lugares, monumentos, prédios; de modo que percebe-se uma força de representação coletiva em muito daquilo nela criado. Os cartões postais parecem congelar o cenário representado, mantendo inalterada sua

sintaxe, mas certamente provocando a produção semântica em uma constante dinâmica no momento da leitura dos turistas.

Depois de algumas considerações gerais, começo minha descrição apontando, felizmente, para o fato de que os dois dias em que estive na cidade para este fim, foram ensolarados, o que facilitou meu trabalho. Até mesmo porque as imagens dos postais aqui apresentados ou são em dias ensolarados, à noite ou em dia com presença de neve.

As imagens estão organizadas em uma ordem que não corresponde àquela em que foram fotografadas. A ordem segue uma lógica não muito rígida. No entanto, procurei traçar um roteiro a partir das imagens que haviam nos cartões postais. Ou melhor, quando se chega em Gramado, via estrada de Taquara, faz-se obrigatório passar pelo pórtico de "Várzea Grande", assim como quem chega via Nova Petrópolis passa por outro pórtico. Somente quem vem pela estrada de Canela é que consegue chegar à cidade ou sair dela sem cruzar por nenhum dos dois pórticos. Mas antes dos turistas saírem da cidade, possivelmente visitarão algum dos importantes locais considerados atrações turísticas, como: a "Aldeia do Papai Noel", o "Lago Negro", a "Rua coberta", ou mesmo passear pelas ruas do centro e apreciar a arquitetura da cidade, das "Igrejas", ou ainda, alguns hotéis da cidade como o "Hotel Serrano" ou no "Hotel Serra Azul", onde muito dos turistas se hospedam. Dessa forma, inicio falando sobre as imagens 01, 02, 03 e, assim sucessivamente até a de número doze.

As imagens estão organizadas em uma mesma folha, iniciando com o postal e depois minha foto. Desse modo, primeiro apresento as fotos, em páginas anteriores ao texto que as analisa.

Parte dos postais não trazem datação, nesse sentido, para Urry & Crawshaw 1995:62, *os fotógrafos procuram deixar de fora tudo o que possa datar as fotos. Tudo que destrua a vista ou que choque*. Esta observação serve também, nesse caso, pois nenhum dos postais indica a

data de realização da foto, e alguns deles não apresentam referência de nenhum tipo.

7.1 Imagem 01 - sem título



Postal 1



Foto 14

Esse cartão postal traz a imagem de um dos Pórticos (chamado de "Nova Petrópolis) de entrada da cidade de Gramado, como se pode ver escrito em grande tamanho. Todos aqueles que vierem a Gramado por Nova Petrópolis, conhecida ao integrar a *rota romântica* (juntamente com São Leopoldo, Novo Hamburgo, Nova Petrópolis, Gramado, Canela, São Francisco de Paula, etc) chegarão nessa construção em estilo de casa bávara, construído na década de 70. Esse pórtico parece representar um ponto de passagem, como se ao passar por ele, simbolicamente, experimentássemos uma situação de transição, a qual nos levará a uma cidade *encantada* - como Gramado normalmente é referida em algumas reportagens sobre o turismo na cidade.

Como se pode notar essa fotografia foi feita em um dia de sol com a presença de algumas nuvens no céu "azulado" e, possivelmente, na estação da primavera ou do verão, visto o aspecto florido do lugar. O sol da manhã deixa mais visível os detalhes em pedra do pórtico, assim como do trabalho em madeira que contorna o telhado de duas águas.

As venezianas estão abertas, dando a sensação de que os "moradores" estão em casa. Na janela, os vidros são mantidos fechados, mas só assim dá para perceber o trabalho em madeira, os pequenos quadrados formados por 05 linhas verticais e 03 horizontais sob o vidro, os quais acabam detalhando o seu vazio de cor. Os "anfitriões" parecem cultivar o plantio de flores pois, como se pode ver, elas estão postas acima e abaixo das duas janelas, dando um colorido e um certo "romantismo" ao pórtico.

Podemos ainda observar uma grande variedade de espécies de flores colorindo o percurso de passagem do pórtico, rodeadas por um intenso *gramado verdejante*. As bandeiras enfileiradas adequadamente sobre os dois canteiros que dividem as pistas de tráfego da estrada sacodem pra cá e pra

lá em um dia, sem dúvida, ventoso. O balançar das bandeiras parece dar uma dinâmica ao cenário.

Ao chegar nesse pórtico encontrei um cenário um pouco diferente do postal, e é exatamente através de certos aspectos presentes nessa minha primeira foto aqui exposta que podemos começar a verificar alguns pontos que nos permitem pensar a respeito dos efeitos desse primeiro postal. Início comentando sobre a ausência da luz solar no pórtico, visto que fui no horário da tarde. A esse respeito, todos os postais analisados neste trabalho irão exibir essa diferença de horário com relação às minhas fotos. Tal fato se deu devido a minha não preocupação em registrar a "exata" iluminação inferida na foto. No entanto, tinha em mente verificar "pós-revelação" as implicações a esse respeito, isto é, em que momento possivelmente o fotógrafo tinha escolhido para fotografar, considerando seu conhecimento sobre a cidade, implicando, com isso, quais suas razões de escolha do determinado horário.

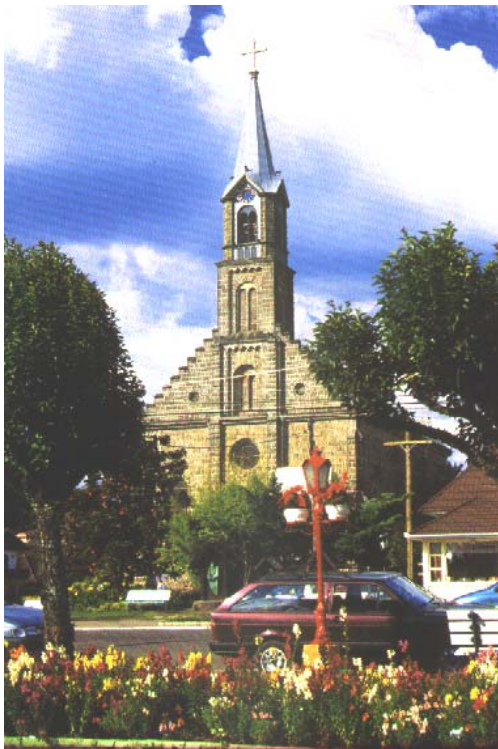
O céu, por exemplo, em minha foto, ficou embranquecido, provavelmente por motivos de excesso de exposição à luz, além de minha posição perante a luminosidade solar ou até mesmo em virtude do tipo de processo de revelação. As janelas estavam fechadas, não haviam as flores, nem o vento como é possível ver pelo leve balançar das bandeiras com uma única cor, quase imóveis. O verde do "gramado" não está tão verdejante, apesar da sombra, e as flores são ainda mudas, não floriram, possivelmente somente no final do inverno e início da primavera, estação que talvez eu atingisse em um grau maior de semelhança com o cenário, considerando que o postal parece se tratar de um planejamento prévio na configuração do lugar que, ao meu ver, tem a intenção visual de ser um ambiente acolhedor, como se dissesse aos visitantes que chegam à cidade: *Sejam bem vindos; Sintam-se em casa*. Já na minha foto, como já disse, não há flores nem janelas abertas, *não há ninguém em casa*, nem a mesma receptividade transmitida pelo postal.

Ao olharmos de novo para o postal pode-se notar que o posicionamento do fotógrafo foi localizado no meio da pista da estrada lateral em direção à entrada para a cidade. Deste ponto seu foco obteve maior abrangência do canteiro florido e da lateral das bandeiras a fim de mostrá-las com maior destaque. Em meu caso, estou em cima do canteiro, quase na beirada deste, não tive coragem de ficar no meio da avenida, poderia ser minha última fotografia. Já no plano de fundo, atrás do pórtico, percebe-se que no postal há uma maior vegetação, mais verdejante, diferente da minha foto onde o verde mais "fraco" está acompanhado de cores mais amareladas.

Tanto este pórtico - de Nova Petrópolis - como o de Várzea Grande - servem como paradas de excursões que chegam a Gramado ou passeios na cidade que os inclui para que os turistas possam fotografá-los. Em um passeio que fiz na cidade, através da Jardineira da Hortênsias⁶⁵, uma das paradas era este pórtico, o de Nova Petrópolis. O ônibus estaciona nas proximidades e o guia orienta a todos para saírem a fim de fotografar o pórtico, bem como coloca-se à disposição para fotografar àqueles que quiserem. Nesse momento, o pórtico, até então cenário na composição da cidade como um todo, serve também para as fotografias em que os turistas colocam-se como coadjuvantes participantes desse cenário, posando parados e reunidos, todos de costas para o pórtico e sorrindo para a câmara. Assim mais uma imagem registrada, onde muitas vezes o turista perceberá detalhes que até então não tinha notado, somente através da foto, até mesmo porque, no momento em que estava lá, sua preocupação maior era sair na foto.

⁶⁵ Trata-se de um ônibus panorâmico que realiza *tours* pelos principais pontos turísticos da cidade.

7.2 Imagem 02 - Igreja Matriz São Pedro



Postal 2



Foto 15

Segundo minhas experiências em observar cartões postais, é de costume em muitas cidades, escolher a Igreja Central ou Matriz como um ícone da cidade. Segundo consta nos registros históricos, a Igreja Matriz São Pedro, foi inaugurada em 1942, sendo sua construção estruturada em pedra basáltica. Esta igreja se situa em frente a praça central da cidade, a qual, inaugurada em 1936, recebeu o nome de "Major Nicoletti" em homenagem ao responsável pela escolha da localização atual de Gramado.

Essa região central, como já dito, é um local onde normalmente há um grande número de turistas circulando. Algumas vezes já estive sentado em um banco da praça central, observando o movimento e fluxo intenso de pessoas que aumenta em finais de semana e por ocasião de algum evento que esteja acontecendo na cidade. Alguns turistas costumam ficar na frente da Igreja Matriz, fazendo poses para fotografia, já outros, ficam algum tempo filmando os detalhes externos e, posteriormente, entram na igreja onde podem observar, nos desenhos em vitrais, a passagem da vida de São Pedro e Jesus Cristo.

Para produzir esse segundo postal, o fotógrafo teve que se posicionar na praça central, ficando quase em frente ao Palácio dos Festivais - sede de exibição e de premiações dos filmes do Festival de cinema de Gramado. Deixando-a no plano de fundo, a igreja destaca-se por estar centralizada e pela sua verticalidade, e, mesmo considerando sua distância, a luz do sol da tarde conseguiu mostrar os seus pormenores arquitetônicos como, por exemplo, os detalhes e contornos feitos em pedra basáltica. Ela também parece que ganhou maiores proporções se compararmos com minha foto, cuja igreja fica mais estreita e, próximo do meio-dia, com sua parte frontal na sombra, principalmente sua parte inferior, onde está o santuário de São Pedro, ao lado do banco branco de praça. Na minha foto, o santuário está escondido por um carro estacionado e por uma pequena casa que serve de ponto de venda de ingressos para um trenzinho chamado

"fumacinha", o qual constitui-se em uma opção de passeio turístico pela cidade.

Na minha foto existem certos elementos que não estão presentes no postal, como: a casa para venda de ingressos, um banco de praça a mais, um casal sentado no banco, outra vegetação. Este fato parece demonstrar que muitos postais da cidade não tem relação com o tempo presente, as imagens dos cartões parecem estar congeladas pelo processo fotográfico e também cristalizadas ao mantê-las não atualizadas nos postos de venda onde os turistas, em nossos dias, podem comprá-las. Pode-se notar ainda, que no postal existe uma luminária de rua pintada em vermelho, da qual, em minha foto, apenas resta sua base. Vê-se também um banco a mais em comparação com o postal, cujo local serve para descanso das pessoas que transitam pelo centro da cidade, como podemos observar na minha foto.

7.3 Imagem 03 - Jardim das Hortênsias, Igreja Evangélica



Postal 3



Foto 16

No terceiro cartão postal, a Igreja Evangélica aparece como imagem turística da cidade. O que mais me impressiona nesta foto quando comparada com a minha, é o primeiro plano, na parte inferior da imagem, o qual ocupa quase um terço do total da foto. As hortênsias, no postal se destacam diferentemente da minha foto onde existe uma vegetação árida. Outro detalhe é a cor da igreja, que no postal é amarela com vermelho argila nas janelas e torre; e na minha foto, está pintada de rosa salmão sob um céu desta vez mais azulado se eu comparar com as minhas duas fotos anteriores. Tal detalhe pode ser em razão da luz do sol estar a meu favor, além do horário do dia, próximo da uma da tarde.

As hortênsias verificadas em primeiro plano, na parte inferior da foto constituem um símbolo da cidade. Tal flor está em quase toda parte, em alguns lugares com maior presença do que em outros, principalmente na primavera e no verão. Essa flor, segundo a história oficial da cidade, foi trazida da região de Petrópolis no Estado do Rio de Janeiro, por um casal de Gramado que, indo a esta cidade, encantou-se com as diferentes tonalidades presentes nesta flor, resolvendo trazê-la para compor seu jardim particular. Essas flores se popularizaram e, aos poucos, tomaram conta da cidade já com o intuito ambicioso do projeto paisagístico de cidade turística (começado no final da década de 50). A coloração como disse o guia das Jardineiras das Hortênsias: *varia de azul ao rosa. Se tu colocar arame, prego enferrujado nascerá azul puxando para o roxo, se colocar telha e tijolos puxará para o violeta. Isto acontece porque depende do P.H da terra se terá um tipo de coloração.*

No postal, uma parte lateral da igreja está sob uma leve sombra, mas quase todas as outras partes estão iluminadas, diferentemente da minha onde há uma pequena parte nos fundos da igreja sob uma forte sombra. Outro detalhe importante, é a respeito da posição do fotógrafo que, intencionalmente ou não, escondeu a avenida logo em baixo, como pode ser vista na minha foto, onde também existe uma escada que talvez não

existisse no período do postal. Um sinal de tempo que pode ser notado entre a minha foto e o postal, é através da copada do pinheiro atrás da igreja que no postal, está menor do que na minha foto, além de que o florescimento das hortênsias se dá no período do verão. Um outro detalhe é a posição inferior do fotógrafo com relação ao objeto fotografado, o que dá ao prédio uma certa imponência.

Para produzir esta foto, é necessário prestar atenção ao tráfego de veículos e cuidar a posição que, no meu caso, esteve próxima do final da calçada. O fotógrafo deve estar sempre atento ao lugar onde ficar e como se posicionar, pois todos esses fatores interferem na produção final.

7.4 Imagem 04 - Igreja Metodista



Postal 4



Foto 17

Na imagem 04 a Igreja Metodista possui em sua fachada frontal o estilo "enxaimel", e, possivelmente, esse detalhe arquitetônico seja o assunto principal deste cartão. Como já visto, o fotógrafo aproveita a luz solar para iluminar seu tema focal, além de contemplar, em primeiro plano, bem abaixo da foto, outras espécies de flores. O céu desta vez está incrivelmente azulado e escuro, parecendo nuvens de temporal, possivelmente resultado da presença de tintas básicas no processo de editoração do cartão postal.

Com minha máquina automática jamais conseguiria deixar as flores tão próximas, sem cortar, pelo menos, metade da igreja. De qualquer maneira, não é possível notar, ainda, a presença de flores em minha foto. No postal, a força de movimento está no sentido da direita para esquerda, considerando uma mulher caminhando solitária em direção ao centro-esquerda da foto, além do alinhamento do canteiro de flores que também dá a mesma impressão. Com relação à mulher, é o primeiro postal em que aparece uma pessoa, mesmo que seja de forma secundária. Além disso, ela está de camisa de manga curta, dando, com isso, uma pista sobre a época do ano, talvez verão ou primavera.

Na minha foto tive que me posicionar do outro lado da rua para conseguir mostrar as dimensões da igreja e mais as flores, ou melhor, as mudas que provavelmente estariam florindo na primavera. A questão do plantio das flores denota um planejamento por parte da cidade, no sentido de prepará-la e mantê-la em constante cuidado estético, pois são exatamente esses detalhes que servem de elementos para atrair os turistas ou, até mesmo, compor os cartões postais.

Mais uma vez, a posição solar na minha foto, comparativamente com a do postal, apresenta-se diferente, revelando, além do horário do dia, também, quem sabe, a estação do ano. Tal detalhe aplica à foto um efeito de sentido diverso. A sombra certamente propicia diferentes leituras da imagem-foto. No caso da foto batida por mim, a sombra "esconde"

em parte uma ausência de flores, evidenciadas em suas cores pelo sol do postal. Teria sido interessante também ter fotografado esta e as demais imagens em diferentes horários do dia, para compreender melhor como nada parece aleatório quando se trata de fotografar uma imagem para um cartão postal, especialmente em uma cidade que, turística como Gramado, depende economicamente de uma imagem para que os turistas a "consumam".

7.5 Imagem 05 - Em época natalina na rua Madre Verônica (rua Coberta)



Postal 5



Foto 18



Foto 19

Esse quinto cartão traz a imagem da chamada *rua coberta*, local onde acontecem vários eventos, festas e feiras da cidade. Nesse caso, está mostrando-a toda enfeitada e produzida para o período (novembro a dezembro) do "Natal Luz". Este evento é o mais movimentado dos que acontecem na cidade e tem como propaganda principal o *show de luzes e cores*, as apresentações musicais e dos corais provindos de várias cidades do RS. Por isso, não é à toa que esta imagem se dá à noite, pois buscou-se dar destaque ao jogo de luzes que enfeitam todo centro da cidade nesse período. Com boa profundidade de campo o fotógrafo procura exibir a rua em sua extensão. Este espaço é, sem dúvida, um importante local onde os turistas podem encontrar variados tipos de bens de consumo relativos ao natal. Como podemos perceber, os estandes parecem estar repletos de produtos "natalinos", sendo que a criação desse contexto de venda tem um caráter simbólico, e não apenas mercadológico, quando se deseja pensar o turismo em Gramado. Ou seja, todos os produtos natalinos que estão presentes por toda parte no centro comercial da cidade, ganham sentidos agregados ao estarem em uma cidade *encantada*, e é por isso que o Papai Noel a escolheu, como é dito em um vídeo que introduz os turistas ao mundo da *Aldeia do Papai Noel*.

No postal, observa-se que há uma placa suspensa escrita em alemão e tal fato é significativo ao considerarmos a existência de uma contínua e permanente construção de identidade cultural da cidade com relação à imigração alemã, além da italiana. No entanto, neste postal notamos novamente que a população local, assim como os próprios turistas não são o foco de interesse do fotógrafo, diferente da foto⁶⁶ que fiz na Festa da Colônia, onde a cultura local é vinculada e destacada por meio da valorização da origem étnica de imigração alemã e italiana, o que pode ser percebido através das bandeirinhas que aparecem na imagem.

⁶⁶ Esta foto foi tirada por mim em Abril/2000, com uma câmara manual, e faz parte das fotos em minha incursão a campo para observar a Festa da Colônia. Não foi, portanto tirada junto com as demais para este momento.

Pode-se notar ainda, que no postal da *Festa da Colônia* há a presença da multidão, da população de turistas que costumam transitar pelo centro da cidade em períodos de eventos. No entanto, no postal do *Natal Luz*, evento que atrai o maior número de turistas durante todo ano, as pessoas podem passar despercebidas por completo, visto o número de pessoas presentes no postal e o acentuado destaque nos enfeites luminosos. Talvez a multidão lembre as grande cidades, um viés de urbanidade não desejado para integrar o conjunto de elementos que compõem as imagens-ícones de Gramado. Ou ainda porque a multidão represente mais informação do que o fotógrafo intenciona exibir.

Já na outra foto, podemos ver, no final de tarde, a *rua coberta* sem a montagem natalina ou de qualquer outro evento estando, assim, de "cara limpa", com sinais de desmontagem da última feira (do Livro) finalizada no dia anterior. Um aspecto interessante é que as duas fotos por mim produzidas, embora tiradas em época do ano diversa, acabaram recebendo de forma não intencional o mesmo enquadramento. Além disso, não tinha conhecimento deste postal retratando o *Natal Luz* quando fotografei a *Festa da Colônia*. Me parece que, independente do meu papel ser de pesquisador ou de turista, acabei buscando um certo tipo de enquadramento, um certo formato por mim aprendido, seja através de outras fotos ou postais, seja por meio da educação de técnicas de como fotografar, o que certamente diz respeito à construção social do olhar o mundo através da fotografia.

7.6 Imagem 06 - Túnel de luzes no centro da cidade (Av. das Hortênsias) iluminada em época natalina.



Postal 6



Foto 20

Ainda no "espírito natalino", tem-se a sexta imagem em cartão postal, isto é, *a avenida das hortênsias*, importante rua no centro da cidade. A iluminação que pode ser observada é exemplo do arranjo que costuma ser realizado nas ruas centrais neste período. Para destacar tais luzes, o fotógrafo escolheu a noite com o objetivo de mostrar os efeitos visuais ocasionados pelos enfeites luminosos em forma de arco sobre a rua. Imagino que ele tenha fechado o diafragma para conseguir uma boa definição e, ao mesmo tempo, tenha deixado através do obturador um maior tempo de exposição à luz noturna para obter uma maior sensibilidade na fotocélula.

Quanto à mim, não poderia fazer o mesmo com uma máquina cujo *flash*, de pouca potência, é acionado automaticamente. Por esse motivo optei por realizar uma imagem aproximada, no entanto, de dia, na parte da manhã. Outro aspecto a salientar foi que não consegui posicionar-me mais próximo do meio da avenida como parece ter feito o fotógrafo, em razão do tráfego de veículos naquele momento. Em ambas as fotos, aparece um pequeno fluxo de carros. Tal fato nos leva a pensar sobre a intenção do fotógrafo em mostrar uma imagem de cidade tranqüila, com poucos carros nas ruas, ao contrário do que se possa imaginar em períodos nos quais ocorrem eventos que atraem um grande número de turistas e, por conseguinte, também seus veículos.

Na foto tirada de dia pode-se perceber melhor um dos principais hotéis da cidade, o "Serra Azul". Este hotel promove entre outros eventos durante o ano, o *Festival de Turismo de Gramado*, de considerável importância a nível nacional. Parece que o objetivo do fotógrafo não foi apenas mostrar os enfeites sobre a rua, visto que outras ruas também têm os mesmos arranjos natalinos, mas também parece ter desejado dar destaque ao hotel. Um detalhe importante é que a armação do "túnel de luzes" fica sobre a avenida durante todo o ano, possivelmente devido às dificuldades com relação a montagem que torna-se necessária realizar todo final de ano. Mas mais que isso, tal armação denota um projeto permanente, por parte da

prefeitura de Gramado, no que se refere à construção de uma estrutura interna da cidade a fim de garantir uma constante promoção de eventos durante todo ano.

7.7 Imagem 07 - Vista do Hotel Serrano em dia de neve



Postal 7



Foto 21

No sétimo postal, enfim temos a possibilidade de vislumbrar um fenômeno climático transformado em simbólico: a neve. Através da divulgação pela mídia, a neve tornou-se um ícone de identificação da serra gaúcha e de diferenciação com relação às outras regiões do país, onde este fenômeno da natureza não ocorre. Por essa razão ela tornou-se um dos principais elementos ideológicos, levando-se em conta um processo de elaboração e construção deste fenômeno em cultural, devido ao modo como se apresenta ou é apresentado ao público de maneira geral.

O hotel Serrano é posto em destaque neste postal. Este cenário é parte, certamente, das representações do que se imagina ou espera ver sobre Gramado. Ao considerarmos como sendo uma das cidades brasileiras com maior número de hotéis em proporção ao número da população local, além da importância que tem esta atividade hoteleira para cidade, não é de se estranhar que alguns de seus hotéis sejam escolhidos para fazer parte do conjunto de elementos selecionados para compor as imagens dos cartões postais. O "Serrano", é um tipo de hotel cujo universo refere-se a todos aqueles que desejam se hospedar e estejam à procura de sofisticação e conforto, aspectos, estes, muito vinculados à imagem de Gramado. Não poderia ser mais conveniente reunir em um único contexto o hotel e a neve, algo muito convidativo para os turistas, independente do hotel que resolvam ficar.

Como é fácil de se notar, o hotel Serrano representado no postal já não é mais o mesmo, além da cor do prédio ter mudado, o próprio está como se fosse outro bem diferente. A parte superior do hotel onde, no postal, está escrito "Hotel Serrano" ficou na minha foto escondido atrás de uma outra estrutura agora existente. Caso eu fosse um pouco para frente para escapar da luz do sol, eu não conseguiria mostrar esta parte do hotel ainda característica do prédio nos dias atuais. Na minha foto é praticamente impossível identificar que hotel se deseja mostrar. A sombra e o sol da tarde

contra meu ponto de foco fez com que apenas parte do telhado fosse iluminado, assim como parte do céu na foto ficou mais embranquecido em virtude dos raios solares estarem em confluência com a lente da câmara.

Um postal em que se observa um hotel já tão diferente do atual, parece não ser a grande preocupação no mercado de imagens na cidade. Sabendo que não é possível em todo período de inverno presenciar o fenômeno da neve, por isso, torna-se importante manter um cenário que, apesar de não ser atualizado, represente aquilo que diferencia Gramado de outros lugares no Brasil.

7.8 IMAGENS 08 - Tarde de outono no Lago Negro



Postal 8



Foto 22

Essa oitava imagem, no postal, retrata um dos pontos turísticos mais visitados em Gramado. A história⁶⁷ conta que o local onde hoje é o "Lago Negro", se chamava inicialmente *Bom Retiro* e tinha uma grande mata, que foi arrasada por um incêndio. Foi quando Leopoldo Rosenfeldt iniciou um reflorestamento ao trazer mudas de árvores da Floresta Negra, na Alemanha. Também ele construiu a barragem do Lago (em 1953) com o propósito de reproduzir um ambiente dos lagos europeus. Como consta em um material de propaganda turística: *O Lago é circundado por hortênsias, azaléias, álamos, ciprestes, compondo um dos mais belos cartões postais de nosso Estado.*

O enunciado acima instiga-nos a uma questão: A construção do Lago enquanto cenário é resultado de uma percepção estética particular e é também responsável pela composição do cartão postal apresentado nesta seção, sendo que tanto o seu construtor (Leopoldo Rosenfeldt) quanto o fotógrafo denotam a idéia do equilíbrio das formas, do romantismo dos cenários bucólicos em contraposição à desordem urbana, das grandes cidades brasileiras.

O detalhe que mais chama atenção nesse cartão postal é o efeito de "espelho" criado pelo reflexo nas águas do Lago. Por que tal composição? Me parece que a produção imagética dos cartões postais revelam uma concepção estética onde a simetria das formas toma lugar privilegiado na construção das imagens nos postais. A busca pela igualdade ou harmonia das proporções é algo que se contrapõe à composição urbana das cidades brasileiras, de maneira geral, onde a lógica de mercado da construção civil, por exemplo, prevalece sobre a apreciação estética das formas.

O efeito de "espelho" faz com que não fique claro qual das duas metades, no sentido horizontal da foto é a posição correta, podendo

⁶⁷ Cabe salientar que a construção narrativa, muitas vezes, mítica sobre certos locais da

facilmente confundir-se. Já a minha foto foi feita de manhã, em outro ângulo e no inverno, o que se verifica quando olhamos atentamente para a luminosidade do sol sob o telhado do prédio no terceiro plano, na lateral esquerda da foto. Já no postal, o sol está sob todo prédio visível pela foto. possivelmente tenha sido a tarde que o fotógrafo, na beira do lago, posicionou-se e procurou a simetria mais eficaz para produzir tal efeito que pode ser visto na imagem. Sobre a vegetação, a minha foto apresenta as copadas do pinheiros queimadas pelo frio e geada. Outro detalhe é o formato em “U” do lago, passando a impressão de uma extensão em que não se visualiza seu fim, mas que não está tão presente neste cartão postal como em outros.

cidade, está estreitamente relacionada com a do turismo desenvolvido em Gramado.

7.9 Imagem 09 - Lago Negro e seus pedalinhos



Postal 9



Foto 23

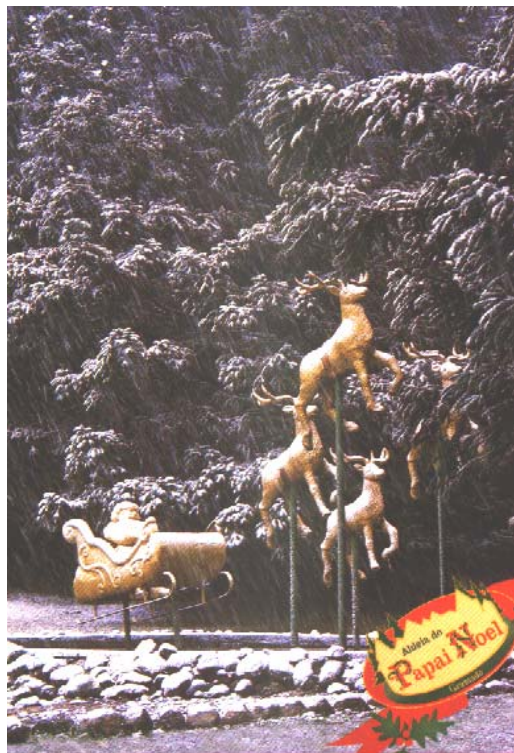
Nessa nona imagem novamente o Lago Negro é tema de cartão postal ou como disse um guia de turismo: *vejam o Lago Negro nosso cartão postal*. Agora com o foco nos pedalinhos do lago, veículo aquático tão apreciado pelos turistas como já observei em minhas incursões a campo. Neste cartão, o parque está todo arborizado com diferentes espécies de árvores, principalmente, de pinheiro, criando uma atmosfera de um jardim "edílico". Ou seja, como aqueles cenários onde se imagina viverem Adão e Eva, um lugar onde não exista violência urbana: desde assalto até a poluição sonora e o fluxo de automóveis comum nas grandes cidades. Mas mesmo nas pequenas vilas do interior não é comum encontrarmos um parque com tais características e, provavelmente, apreciado pelos seus visitantes. Como disse uma senhora idosa na primeira excursão (01/09/00) em que participei: *não parece o céu? me sinto no paraíso e no verão fica tudo florido, fica lindo*.

Um momento em que pude verificar a legitimidade em certos grupos sociais, desse tipo de configuração estética, foi durante minha pesquisa de campo, realizada no mês de outubro de 2000, quando observei um grupo de meninas de Porto Alegre acompanhadas por uma agência de produção de moda. Em um dia ensolarado, as meninas posavam uma de cada vez, tendo como cenário de fundo um jardim de flores próximo ao Lago Negro. Indagando a mulher que estava produzindo as fotografias, esta disse-me que as imagens serviriam para a produção de *books* a fim de posteriormente enviar às agências de modelos em Porto Alegre. Em síntese, parece pertinente pensar na motivação que leva essas pessoas a escolher Gramado como cenário para as fotografias, levando-se em consideração o deslocamento a partir de Porto Alegre.

As imagens da minha foto, parecem ter perdido a intensidade de cor em comparação com as cores bem definidas do cartão postal, que parecem uma aquarela. O acentuado destaque de certas cores levam o olhar de quem as vê à esfera da imaginação de um mundo quase que infantil, de

fantasia, onde o prazer estético ganha sentido na ausência de sinais acinzentados, do concreto e do mórbido.

7.10 Imagem 10 – Aldeia do Papai Noel



Postal 10

Foto 24



Neste cartão postal, vê-se outra grande produção turística a partir da qual esta imagem se origina, isto é, o parque Knorr hoje transformado em *Aldeia do Papai Noel*. A partir do jardim particular de um dos personagens considerados importantes para o sucesso do turismo em Gramado, hoje, o parque é um sofisticado produto visual, relacionado com a cidade *verdadeiramente européia*, a qual Papai Noel escolheu como sua morada devido às semelhanças de clima referente às origens deste lendário símbolo de consumo e de produção moral através da distribuição de brinquedos para as crianças.

No postal, a imagem não poderia ser melhor representativa, em pleno fenômeno climático, tão esperado pelos turistas, vemos cair neve em Gramado, mais especificamente, no parque Knorr. A neve na imagem do postal sugere um dia especial para o Papai Noel levantar vôo através das *renas voadoras*. Já na minha foto, com a neve ausente, percebe-se outro elemento tão explorado em outros cartões postais, isto é, a vegetação. O verde dos pinheiros demonstra os cuidados especiais que se tem para manter este parque esteticamente agradável aos olhos dos turistas. Estes, podem até mesmo escrever, em uma madeirinha em forma de bota, seus pedidos ao Papai Noel. Nada mais conveniente do que reunir o "espírito de Natal" - da confraternização - com o "espírito de consumo", o qual o turista dificilmente ficará isento em Gramado. Este espaço turístico parece representar a invenção dos mecanismos eficazes de persuasão e de conquista de turistas, tão importante para a dinâmica da cidade.

Foi a partir da elaboração de uma estrutura de fantasia tão conhecida por todos, que os idealizadores da *Aldeia do Papai Noel* procuraram chamar a atenção do turista. Em uma das vezes em que estive na *Aldeia do Papai Noel*, conversei com um homem que representa a personagem do Papai Noel. Era o mês de abril, estava calor, e ele suava sob a vestimenta e a barba branca postiça. Sempre pronto para ser fotografado com os turistas me disse: *meu trabalho é uma satisfação, ver toda aquela*

criançada feliz, tem algumas que choram, de medo, mas no geral, elas gostam, pra elas tudo é verdade, sempre pedem presentes. Parece então que o foco são as crianças, e com elas seus pais, que muitas vezes, não conseguem escapar dos apelos de seus filhos seduzidos pela Aldeia e seus produtos.

7.11 Imagem 11 – Em dia de neve



Postal 11



Foto 25

Neste penúltimo postal, podemos ver a "casa do lendário Papai Noel", a qual outrora foi a casa do Oscar Knorr, outra personagem lendária da cidade. Atualmente, a casa em estilo bávaro, foi decorada com uma porção de móveis e acessórios importados da Alemanha e E.U.A. No seu interior, não é permitido o uso de máquina fotográfica ou câmara de vídeo, pois os móveis e os acessórios que decoram as peças da casa são considerados obras de arte. Dessa forma, justifica-se a proibição da produção de imagens, para que os objetos não sejam reproduzidos posteriormente.

Mesmo não pertencendo mais à família de Knorr, este postal mantém um cenário, no qual parece confundir com uma situação cotidiana de uma família em direção à sua residência com outra situação "extra-cotidiana", onde aparecem algumas poucas pessoas caminhando em direção à casa, o que pode muito bem ser interpretado como sendo turistas em visita à "casa do Papai Noel". No entanto, qual seja a interpretação, a neve transforma o local em um cenário incomum para a maioria dos brasileiros, sugerindo semelhança muito mais com algum local do hemisfério norte, muitas vezes, tão conhecido de todos pela televisão, revistas ou até pelas viagens que alguns turistas já tenham feito a outros países onde é possível experimentar a presença de neve.

Na minha foto, devido à vegetação ter sido alterada, além das condições técnicas para produzir a imagem, foi difícil imaginar, aproximadamente, posição do fotógrafo no momento desta imagem do postal. Ou seja, percebem-se árvores e hortênsias, as quais não existem mais, além da presença do Papai Noel, "morador da casa", complicando mais ainda no encontrar das semelhanças imagéticas da foto do fotógrafo com a minha. No postal, estão reunidos dois elementos importantes: a neve e a casa em estilo bávaro. Ambos, a casa como símbolo de germanidade e a neve associada ao clima europeu, permitem criar a idéia de Gramado como uma região de 'estilo de vida europeu', e isso se confirma ainda mais,

quando é criada outra idéia, a de que o Papai Noel - personagem mitológica associada ao frio, à neve, ao hemisfério norte - escolheu o parque Knorr em Gramado para ali residir.

7.12 Imagem 12 - Pórtico de Entrada



Postal 12

Gramado



Foto 26



Foto 27

Com relação ao último postal, temos agora a imagem de outro pórtico (conhecido como "de Várzea Grande") de entrada da cidade de Gramado, passando por ele quem vem pela estrada de Taquara, cruzando por Igrejinha e Três Coroas. Neste pórtico, construído na década de 90, podemos ler: *Bem vindo a Gramado*.

Assim como no primeiro postal, este pórtico também parece ter sido enfeitado, mostrando o aspecto acolhedor da cidade. O estilo arquitetônico nórdico europeu é realçado pela luminosidade do sol sobre suas formas de telhados em formato de cone. Entre estas duas "torres", no nível da meia-água, temos uma pequena torre com um relógio. Este objeto é muito significativo levando em conta que um dos lugares mais relacionados com a produção de relógios é a Suíça, país vizinho da Áustria, região de onde muitos imigrantes germânicos provieram no final do século XIX e pós-segunda Guerra mundial.

O tempo é um aspecto muito importante presente no imaginário social. A escolha do relógio, pela população local, parece representá-la enquanto uma comunidade que, dentre seus valores morais dá importância ao trabalho, à ordem e ao progresso, como já dito, aspectos privilegiados em seu cotidiano.

Se o turista sair de Gramado em direção a Três Coroas ou a Taquara, poderá ver escrito do outro lado do pórtico a mensagem: *leve nos olhos a imagem colorida de Gramado* (conforme minha foto). Dessa forma, o visitante deixa a cidade com a impressão de que esteve em um mundo de fantasia. Tal noção pode ser verdadeira aos olhos do turistas, mas, acredito que Gramado, ao produzir fantasia torna-se, ao mesmo tempo, produto concreto para se analisar as variadas implicações culturais presentes nos espaços-ícones da cidade.

Comparando com a foto por mim realizada, percebo nesta a presença de bandeiras e a ausência de enfeites os quais, como no primeiro

postal aqui analisado, aparecem no postal, mas não encontramos para fotografá-los. Do mesmo modo, a vegetação próxima às torres e pequenos pinheiros no canteiro central. A moça presente no postal, vestindo bermuda, revela a estação do ano, provavelmente primavera ou verão.

A alteração do cenário, agora com casas, no canto esquerdo da foto, não existentes na época em que foi realizado o postal, demonstra o longo período que separa a produção das duas imagens. Mais uma vez, parece que Gramado vende uma imagem congelada pelo tempo. Talvez, porque o importante não seja reportá-la à realidade atual, mas às expectativas imaginárias dos turistas.

Por final, destaco o comentário de Harry, fotógrafo local e produtor de alguns postais:

Cartão Postal tem que mostrar bem o que é a cidade. Dias bonitos como esse (ensolarado na manhã em que o entrevistei). Fazer postal é escolher dias clássicos, tu sai naqueles dias em busca daquela foto, aqui como eu conheço Gramado, na palma de minha mão, como se diz. Eu sei o horário, tudo que ângulo, a época que dá a melhor foto, pra mim aqui é fácil fotografar, mas tem que ter tempo, tem que estar no horário certo e no local certo.

A fala de Harry confirma a intencionalidade do olhar por parte deste, assim dizendo, formador cultural. Sua produção de imagens fotográficas organizam as expectativas do turistas, antecipam e estimulam a experiência imaginada. De acordo com Urry & Crawshaw (1995:63), ao referirem-se aos fotógrafos: *muitos deles vêem-se a si mesmos, não como autores de imagens, mas antes como ilustradores, a quem caberá reforçar com imagens visuais imagens mentais já muito entranhadas.*

Atrevo-me a afirmar que a dinâmica do turismo em Gramado implica um movimento de intercâmbio entre a realidade culturalmente constituída e as representação imagéticas reproduzidas, ambas atuam reciprocamente na história dessa cidade. Ou seja, uma dada realidade

contribuiu para que se produzisse imagens da cidade, assim como estas imagens, pela força acabaram reforçando, reafirmando, recriando espaços, visões de mundo, estratégias e o caráter mágico que a experiência turística investe em criar.

A tentativa de comparação realizada nesse trabalho traduziu-se na concretização de um processo de aprendizagem da criação da imagem, com relação a mim. Foi observando minhas fotos e as dos postais que constituí, no decorrer da análise, parte das reflexões desenvolvidas nesse capítulo, mostrando os cuidados que os fotógrafos têm na produção das imagens-postais e investigar se tratava-se ou não de uma prática similar aos outros cuidados que a população local tem com a cidade e, por conseguinte, com sua imagem.

Minha produção de fotos se processou através da observação atenta para com as imagens dos postais. Procurei entender aquelas fotos-postais, saber identificar aproximadamente os possíveis ângulos, posições e enquadramentos segundo critérios do fotógrafo profissional com o objetivo de compreender pontos importantes privilegiados no ato criativo da imagem e, dessa forma, concluir que a leitura que se pode fazer de uma paisagem qualquer envolve, como diz Rodrigues (1999:47), *uma visão de mundo, consciente e inconsciente, sempre subjetiva e permeada pelo imaginário.*

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer dessa dissertação observamos a importância da atividade do turismo, sob o ponto de vista sócio-econômico, para a cidade de Gramado, ao considerarmos a amplitude do envolvimento da comunidade local com essa atividade, a qual possui uma dinâmica interna nesse município.

O desenvolvimento do turismo está associado à implementação de uma rede de serviços voltada à satisfação do turista e à garantia de que este retorne ou multiplique sua *boa* impressão com base nos momentos vividos em Gramado. Esta realidade, no que concerne à estrutura e à prática turística insere-se junto ao processo sócio-histórico da cidade de Gramado. Tanto a *história* do turismo como a *história* desse município parecem entrelaçar-se segundo os registros e os relatos sobre o passado. Todo processo histórico implica a existência de uma dinâmica dos acontecimentos através do tempo, cuja fluidez junto ao fenômeno do turismo garante constantes inovações no tecido e nas relações sociais em Gramado.

O contraponto dessa dinâmica, circunscrita na mudança sócio-cultural envolvida no processo do turismo, demonstra ser a prática em que se busca manter atualizado, no presente, fatos do passado. Através dos relatos, por exemplo, de Marília Daros e de Iraci Koppe, percebe-se a preocupação em estender, em uma continuidade temporal, aspectos históricos do passado na tentativa de garantir que a *história* da cidade não seja suplantada pelas constantes mudanças que ocorrem devido à atividade do turismo. Uma forma

de manter *viva* a memória social de Gramado parece ser colocar em destaque acontecimentos do passado, ocorridos em locais hoje importantes para o atrativo turístico, bem como selecionar determinadas personalidades históricas e explicar, através de suas ações, o desenvolvimento do turismo delas decorrentes. Desse modo, torna-se possível conceber uma *herança cultural* cujos elementos são capazes de dar sentido histórico ao momento presente, além de garantir a possibilidade de se sacralizar espaços, pessoas, ações, segundo um conjunto de valores culturais.

Os valores étnicos junto às ações empregadas no processo histórico de Gramado são decorrentes da *mistura boa* entre o imigrante italiano e o alemão. É exatamente esse fato que permitiu que Gramado tenha se tornado o que é hoje em termos de desenvolvimento turístico. Porém, se tivesse ocorrido outro tipo de *mistura* como, por exemplo, com o imigrante português, a configuração da organização e estrutura do turismo seria diferente, assim como os rumos da história de Gramado.

O sucesso do turismo é atribuído à *visão* de certos personagens históricos do passado cujas ações resultaram em conseqüências *positivas* para o desenvolvimento do turismo no presente. Desde a formação enquanto vilarejo até os dias atuais, Gramado demonstra especializar-se em produzir saberes específicos concernentes a um fazer-turismo. Isso se traduz tanto pela(s) prática(s) de recepção e de hospitalidade, como pela criação de constantes eventos realizados no sentido de chamar a atenção dos turistas em potencial diante do mercado turístico.

Gramado, como outros centros de turismo, preocupa-se muito mais em criar novas expectativas e oportunidades de experiências turísticas do que somente acomodá-las. Acompanhar o desenvolvimento do turismo a nível internacional não significa envolver-se inteiramente com uma dinâmica globalizada. As práticas e as concepções necessitam ser atualizadas de forma mais global. No entanto, a atividade do turismo em Gramado não pode

ser vista como um processo de homogeneização. Pelo contrário, esta cidade busca sua afirmação enquanto pólo turístico em direção à heterogeneidade, na medida em que procura uma diferenciação em relação às demais cidades turísticas, seja a nível nacional ou mesmo internacional.

A busca pela diferença, por parte do turista é, grosso modo, a mesma proposta pela comunidade local aqui investigada. Para isso, no entanto, é necessário que a comunidade lance mão do ato criativo, da invenção de elementos constituintes da distinção que Gramado representa enquanto cidade de turismo. A construção de uma sólida estrutura e organização da atividade turística em Gramado garante a ela um lugar de destaque no turismo nacional. Há uma forte presença da mídia e do uso de *marketing* na formação e na divulgação de imagens que procuram distingui-la entre um universo de opções turísticas.

De maneira geral, o turista, ao chegar em Gramado, parece ter suas expectativas correspondidas. Ou seja, a hospitalidade e a educação da comunidade, a organização urbana, a limpeza nas ruas, a tranquilidade e segurança, são características mencionadas pelos visitantes, com relação à Gramado. E são justamente esses aspectos que compõem a imagem que a cidade procura vender, seja através da mídia, ou mesmo transmitindo-as aos seus visitantes que, quando retornam aos seus locais de origem, passam também a difundir suas impressões.

Nesse sentido, o *encanto* dos turistas com relação à cidade parece explicar-se, em parte, pela configuração étnica de seus habitantes, em sua maioria descendentes de imigrantes alemães e italianos. Dessa forma, pode-se dizer que, muito mais do que conceber Gramado como uma cidade brasileira, ela é vista como *naturalmente européia*. Tal caracterização sugere a construção e afirmação de uma identidade local, vinculada a um imaginado modo de vida europeu, em contraste com o que se percebe como sendo um “modo de vida brasileiro”. Estereótipos do “ser tipicamente brasileiro”, como por exemplo, lugares onde o calor, o samba, o carnaval, e o

futebol são elementos essenciais, não encontra eco em Gramado, onde os visitantes buscam exatamente a distinção com relação a esses aspectos.

Quando verifica-se noções que concebem Gramado como uma *ficção científica ou ilha da fantasia* em contraposição a uma realidade “verdadeira”, cabe refletir que o contato com os turistas encoraja a comunidade receptora a reafirmar certos valores reinventando-os de acordo com as situações de interação em que ambas as partes se encontram envolvidas. Torna-se relevante pensar que a ficção cria realidades, desloca verdades, coloca-as em cheque, inclusive com relação à realidade que se fundamenta como verdade absoluta. É em busca dessa realidade cultural, e não de uma verdade, que a pesquisa antropológica ganha subsídios para compreender de maneira mais rica as criações humanas.

Este trabalho além de ter realizado a tarefa de problematizar certas questões relativas ao fenômeno do turismo, em especial, praticado em Gramado, indicou também outros pontos que instigam a curiosidade do pesquisador mas que necessitam ser aprofundados levando-se em conta um tempo mais prolongado e intenso de inserção na temática do turismo. Como exemplo, poderia sugerir um estudo mais detalhado sobre a experiência turística por parte dos visitantes, talvez acompanhando-os antes, durante e após a viagem. Outro aspecto que merece ser considerado com maior profundidade refere-se às diferentes visões sobre a prática turística no interior dos diferentes grupos sociais constituintes de uma determinada cidade, no caso, Gramado.

Como todo conjunto de conhecimentos não é possível fechá-lo definitivamente, pois há, constantemente, aspectos, nuances que todo assunto ou temática de estudo dificilmente irão satisfazer completamente as possibilidades de reflexão crítica e criativa. Nesse sentido, esse trabalho procurou cumprir o papel de demonstrar a complexidade cultural relativa ao fenômeno de turismo nos dias atuais. Esta envolve uma gama de considerações culturais e simbólicas quando se observa o movimento

característico da prática turística. A rede de relações sociais e a dinâmica decorrente do turismo dão vazão a uma gama de práticas e discursos culturalmente esclarecedores sobre o processo histórico globalizado em que vivemos atualmente. Os indivíduos deslocam-se no espaço culturalmente denso, de maneira a possibilitar o fluxo de concepções e o movimento de experiências das interações sociais. É sobre esse contexto que torna-se pertinente uma maior atenção por parte dos estudos antropológicos.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUMONT, Jacques. O olho e a imagem. In: *A Imagem*. Campinas, Papyrus, 1993.
- BACZKO, Bronislaw. A imaginação social. In: *Anthropos - Homem 5*, 1986. Enciclopédia Einaudi. Edição portuguesa, Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1985.
- BOSI, ECLÉA. *Memória e sociedade: Lembranças de Velhos*. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1999. 7ª edição.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. *A Profissão de Sociólogo: Preliminares epistemológicas*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Identidade e Etnia: construção da pessoa e resistência cultural*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Ouro Preto: arte, antigüidade e artesanato. In: *A Cultura na Rua*. Campinas: Ed. Papyrus, 1989.

CALDEIRA, Tereza P. do R. A presença do autor e a pós-modernidade em antropologia. *Novos Estudos CEBRAP*, número 21, julho 1988.

_____. Uma incursão pelo lado 'não respeitável' da pesquisa de campo. *Revista Ciências Sociais Hoje*, 01. Trabalho e Cultura no Brasil. Recife, Brasília, CNPq ANPOCS, 1981.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: *Antropologia Urbana: Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal*. Gilberto Velho (Org.) - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1999.

CHAMBERS, Erve. *Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism*. Illinois, University of Maryland, 2000.

CICOUREL, Aarol. Teoria e método em pesquisa de campo. In: ZALUAR, Alba (Org.) *Desvendando Máscaras Sociais*. Rio de Janeiro: Ed. Francisco Alves, 1990. 3ª ed.

DA MATTA, Roberto. Ofício de Etnólogo, ou como ter "Anthropological blues". In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.) *A Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1978.

_____. *Relativizando: uma introdução à Antropologia Social*. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1997. 5ª edição.

_____. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. In: *Correio da Unesco*, n.7, julho de 1987, ano 15.

DAROS, Marília; BARROSO, Vera L. M. (Org.). *Raízes de Gramado: 40 anos*. Porto Alegre: 2ª edição, Ed. EST, 2000.

- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *The World of goods: towards na antropology of consumption*. London: Routledge, 1996.
- ELIAS, Norbert. *O processo Civilizador*. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, Vol. 01,1994.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. SP, Studio Nobel, 1995.
- FONSECA, Claudia. A Noética do vídeo Etnográfico. In: *Horizontes Antropológicos*, UFRGS, número 02, 1995.
- FORTUNA, Carlos. Turismo, Autenticidade e Cultura Urbana. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, número 43, outubro, 1995.
- GARINE, Igor de. Alimentação culturas e sociedades. In: *Correio da Unesco*, n.7, julho de 1987, ano 15.
- HAAG, Martin Albert. *Os Produtos " de Gramado" - um caso de conceito de produto*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Administração. UFRGS, POA, 1998.
- HAESBAERT, Rogério. A reinvenção da tradição. In: *Des-territorialização e identidade: a rede gaúcha no nordeste*. Niterói: EDUFF, 1997.
- HOBBSAWN, Eric & TERENCE, Ranger. *A Invenção das Tradições*. São Paulo, Ed. Paz e Terra S.A, 1997
- ISHIGE, Naomichi. O homem, o comensal. In: *Correio da Unesco*, n.7, julho de 1987, ano 15.
- KOPPE, Iraci Casagrande. Iconografia do trabalho em Gramado-RS. In: *Estudos Ibero-Americanos / Pós-Graduação de História*, PUCRS. Ano 1, n.1 (jul.1975) POA: EDIPUCRS.

- KOPPE, Iraci Casagrande; DRECKSLER, Carlos Gilberto. *Era uma vez.....!* Gramado: Ed. Nogbeck, 1993.
- LAERMANS, Rudi. Learning to consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture (1860-1914). *Theory, Culture & Society*. SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, Vol. 10, 1993, 79-102.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. "Conclusions". In: *L'Identité*. (Seminário dirigido por Lévi-Strauss). Paris, Quadrige/ PUF, 1983.
- LOIZOS, P. A construção de vida real: biografias e retratos. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*, Vol. 03. Construção e Análise de Imagens, RJ, UERJ, NAI, 1996.
- MACCANNELL, Dean. *The Tourist: A new theory of the leisure class*. London, University of California Press. 1999.
- MACIEL, Maria Eunice. Churrasco à gaúcha. In: *Horizontes Antropológicos* n.4, PPGAS-UFRGS, 1996
- MCCRACKEN, Grant. *Culture & Consumption: New approach to the symbolic character of consumer goods*. Indianapolis: Indiana University Press., 1990.
- MUNT, Ian. The 'other' Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes. In: *Theory, Culture & Society*. SAGE, London, Thousand Oaks and New Dehli. Vol. 11, 1994, 101-123.
- NEEDELL, Jeffrey. A ascensão do Fetichismo consumista. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. n. 08, Vol. 08, Outubro de 1988.
- OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *O Trabalho do Antropólogo*. São Paulo: ed. UNESP, 1998.

- OLIVEN, Ruben George. *A Parte e o Todo: A diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1992.
- PAIVA, Maria da Graça. *Sociologia do turismo*. São Paulo, Papirus, 1995.
- PEIRANO, Mariza. *A Favor da Etnografia..* Série Antropologia 130, UNB,1992.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO. *Gramado simplesmente Gramado*. Publicação da Secretaria Municipal da Educação de Gramado.1987.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo e espaço*. São Paulo: Ed. Hucitec, 1999.
- ROUANET, S.P. Ética e Antropologia. In: *Estudos Avançados*, 4(10), s.d.
- SOUZA, Jose O Catafesto. A presença indígena no quadrante histórico patrulhense. In: *Raízes de Gramado - 40 anos*. Marília Daros & Vera Barroso (Org.)Gramado, 2000, 213-223.
- STEIL, Carlos. Peregrinação e Turismo: O Natal em Gramado e Canela. In: *Telecomunicação*. Porto Alegre, V. 29, Número 125, Set. 1999, pg. 413-432.
- THIOLLENT, Michel J. M. (Org.). Introdução: A procura de alternativas metodológicas. In: *Crítica Metodológica, investigação Social & Enquete Operária*. SP, 5ª edição, Ed. Polis, 1987.
- URRY, John & CRAWSHAW, Carol. Turismo e Consumo Visual. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, número 43, outubro, 1995.

URRY, John. The Tourist Gaze and the 'Environment'. In: *Theory, culture & Society*. SAGE, London, Newbury Park and New Delhi. Vol. 09, 1992, 1-26.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira. (Org.) *A Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1978.

WOORTHMANN, Klaas. Hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda. *Série antropologia* 20. Brasília, 1978.

ZATTI, Elisabeth Beyer (Org.). *As Raízes de Gramado*. Centro Municipal de Cultura. Gramado, 1999.

ZATTI, Joecy Lied. João Leopoldo Lied. In: ZATTI, Elisabeth Beyer (Org.). *As Raízes de Gramado*. Centro Municipal de Cultura. Gramado, 1999.