

## **A gastronomia como elemento cultural nas indicações geográficas de vinho: análise da gastronomia típica e possibilidades enogastronômicas**

## **Gastronomy as a cultural element in wine geographical indications: analysis of typical gastronomy and enogastronomic possibilities**

## **La gastronomía como elemento cultural en las indicaciones geográficas del vino: análisis de la gastronomía típica y posibilidades enogastronómicas**

Shana Sabbado Flores <sup>1</sup>

Liane Jantsch <sup>2</sup>

Hernanda Tonini <sup>3</sup>

**Resumo:** A gastronomia é uma expressão dos territórios, um símbolo cultural que pode ser integrado como atrativo turístico. O objetivo do estudo foi identificar os alimentos mais representativos da gastronomia local em três regiões reconhecidas como indicações geográficas (IGs) de vinho do sul do Brasil e propor harmonização dos pratos típicos com vinhos das IGs. As IGs são regiões delimitadas, que associam produtos com características específicas e territórios. As três IGs foram selecionadas levando em conta representatividade no cenário nacional e diversidade de produtos. A pesquisa tem natureza qualitativa e exploratória. A coleta de dados foi baseada em entrevistas semi-estruturadas com moradores locais, chefs de cozinha ou gastrônomos (3 a 7 entrevistas por região), utilizando técnica de bola de neve e critério de saturação dos dados. Na cozinha italiana (IGs Vale dos Vinhedos e Farroupilha), as principais categorias foram: embutidos, saladas, queijos, risotos, polenta, carnes e doces, com destaque para as massas. Na cozinha da fronteira (IG Campanha Gaúcha) as principais categorias foram: embutidos, arroz, feijão, massas e doces, com destaque para as carnes. Foram elencadas potencialidades enogastronômicas para as IGs. Os resultados podem auxiliar na proposta de novos atrativos envolvendo a gastronomia tradicional.

**Palavras-chave:** Indicação geográfica, denominação de origem, enogastronomia, Serra Gaúcha-RS, Campanha Gaúcha-RS.

**Abstract:** Gastronomy is an expression of territories, a cultural symbol that can be integrated as a tourist attraction. The objective of the study was to identify the most representative foods of local gastronomy in three regions recognized as geographical indications (GIs) for wine in southern Brazil and to propose typical dishes and GI wines pairing. GIs are delimited regions that associate products with specific characteristics and territories. The three GIs were selected taking into account their representation on the national scene and product diversity. The research has a qualitative and exploratory nature. Data collection was based on semi-structured interviews with local residents, chefs or gastronomists (3 to 7 interviews per region), using the snowball technique and data saturation criteria. In Italian cuisine (GIs Vale dos Vinhedos and Farroupilha), the main categories were: sausages, salads, cheeses, risottos, polenta, meats and sweets, with emphasis on pasta. In gaúcho cuisine (Campanha Gaúcha) the main categories were: sausages, rice, beans, pasta and sweets, with emphasis on meat. Enogastronomic potentialities for the GIs were listed. The results can support the proposal of new attractions involving traditional gastronomy.

<sup>1</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Sul / Campus Bento Gonçalves – IFRS. E-mail: shana.flores@bento.ifrs.edu.br – ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0414-6878>

<sup>2</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Sul / Campus Bento Gonçalves – IFRS. E-mail: jantsch.liane10@gmail.com – ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1938-6750>

<sup>3</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Sul / Campus Bento Gonçalves – IFRS. E-mail: hernanda.tonini@bento.ifrs.edu.br – ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2525-3325>

**Keywords:** Geographical indication, denomination of origin, enogastronomy, Serra Gaúcha/Brazil, Campanha Gaúcha/Brazil.

**Resumen:** La gastronomía es una expresión de territorios, un símbolo cultural que puede integrarse como atractivo turístico. El objetivo del estudio fue identificar los alimentos más representativos de la gastronomía local en tres regiones reconocidas como indicaciones geográficas (IG) de vino en el sur de Brasil y proponer maridajes de platos típicos con vinos de las IG. Las IG son regiones delimitadas, que asocian productos con características y territorios específicos. Las tres IG se seleccionaron teniendo en cuenta la representatividad en el panorama nacional y la diversidad de productos. La investigación tiene un carácter cualitativo y exploratorio. La recolección de datos se basó en entrevistas semiestructuradas a residentes locales, chefs o gastrónomos (3 a 7 entrevistas por región), utilizando la técnica de bola de nieve y criterios de saturación de datos. En la cocina italiana (IG Vale dos Vinhedos y Farroupilha), las principales categorías fueron: embutidos, ensaladas, quesos, risottos, polenta, carnes y dulces, con énfasis en las pastas. En la cocina de frontera (IG Campanha Gaúcha) las principales categorías fueron: embutidos, arroz, frijoles, pastas y dulces, con énfasis en las carnes. Se enumeraron las potencialidades enogastronómicas de las IG. Los resultados pueden ayudar a proponer nuevos atractivos relacionados con la gastronomía tradicional.

**Palabras clave:** Indicación geográfica, denominación de origen, enogastronomía, Serra Gaúcha/Brazil, Campanha Gaúcha/Brazil.

## 1 Introdução

Comer não é um ato solitário ou autônomo do ser humano, ao contrário, é a origem da socialização, pois, nas formas coletivas de se obter a comida, a espécie humana desenvolveu utensílios culturais diversos, talvez até mesmo a própria linguagem (Carneiro, 2005). A alimentação, juntamente com a respiração e a água, são as necessidades humanas básicas mais importantes. Culturas e hábitos alimentares são elementos importantes para compreender e analisar a distinção entre sociedades, sobretudo quando se observa sistemas alimentares impregnados de elementos culturais que identificam povos e regiões pela sua singularidade (Poulain & Proença, 2003).

A cozinha é um símbolo cultural, é memória, e principalmente patrimônio cultural de qualquer grupo social. A gastronomia enquanto um patrimônio cultural se constitui na herança passada de uma geração à outra, de sua cozinha, seus costumes e gostos como um fator de comunicação por ser considerada uma linguagem própria dos que possuem a mesma origem (Corner & Angelo, 2008). Ao mesmo tempo, a gastronomia frequentemente desempenha um papel crucial em termos de patrimônio cultural e identidade em destinos turísticos, mesmo que seja pouco estudada esta relação (Lin, Marine-Roig & Llonch-Molina, 2021).

Alimentação, então, passa a ser um importante elemento de identidade local, um ponto

de conexão e conhecimento de um grupo social, assim como revela questões políticas, étnicas, éticas, religiosas, culturais e de desenvolvimento agrário da comunidade que tanto produz, quanto consome seus produtos (Ceretta, 2012). A alimentação e sua relação com a cultura e a sociedade expressa a diversidade dos grupos sociais, seja por hábitos, modos de produção ou por consumo, todos eles representativos de um determinado momento histórico, que poderão ser evidenciados na valorização das características culturais.

Dessa forma, a alimentação é um recurso territorial com papel chave na reprodução das identidades, e que pode ser valorizado tanto como ativo na promoção do território, como na proposta de produtos com identidade territorial. Em ambos os casos, a alimentação pode ser valorizada em propostas de turismo gastronômico, uma categoria específica definida pela Organização Mundial de Turismo (UNWTO), com um potencial importante em termos de agregação de valor e diversificação da oferta turística (UNWTO, 2023).

A cozinha brasileira se moldou a partir das culturas indígenas e africanas, aliadas com a influência das colonizações europeias. Na introdução de produtos e costumes de cada povo, com o passar dos anos foram incluídas novas técnicas de preparo, mistura de ingredientes, regras morais e religiosas, aspectos locais da sua geografia, sociais e políticos. O presente estudo tem caráter exploratório e qualitativo e buscou: (1) identificar os alimentos mais representativos da gastronomia local em três regiões delimitadas como indicações geográficas (IGs); e (2) propor harmonizações dos pratos típicos com vinhos reconhecidos em cada IG. Foram estudadas três regiões reconhecidas como IGs para vinhos do sul do Brasil, duas como indicação de procedência (IP) e uma como denominação de origem (DO)<sup>4</sup>. Apesar de existirem publicações na literatura relacionando as indicações geográficas e o enoturismo, pode ser identificada uma lacuna em produções que trazem o resgate e a sistematização da gastronomia local. Também, se ressalta a lacuna em estudos que relacionem gastronomia e turismo (Lin, Marine-Roig & Llonch-Molina, 2021).

A escolha por trabalhar a partir das indicações geográficas se justifica por serem regiões delimitadas, culturalmente identificadas e com potencial para fortalecer sua atuação como unidade de planejamento e gestão de oferta turística, envolvendo turismo gastronômico,

---

<sup>4</sup> A legislação brasileira regulamenta as indicações geográficas na Lei Federal no. 9.279, de 14 de maio de 1996 nas modalidades de “Indicação de Procedência” (art. 177) e “Denominação de Origem” (art. 178).

enogastronômico e enoturismo. As IGs são uma forma de proteger e reconhecer os elementos de um território associando com um produto, formalizando a noção de terroir e contribuindo para valorização do patrimônio e identidade (Barhaim, 2003; Flores & Falcade, 2022). Ao mesmo tempo, a associação de indicação geográfica e turismo gastronômico gera novos atrativos, contribuindo com receitas e com a valorização de recursos territoriais (Pamukçu *et al.*, 2021). Assim, o presente trabalho visa contribuir com pesquisadores e acadêmicos da área, fornecendo subsídios para futuras pesquisas e para o desenvolvimento do tema no contexto científico. Também, o estudo busca contribuir com profissionais do setor, como gastrônomos, chefs, sommeliers e enólogos, dando subsídios para novas propostas enogastronômicas que valorizem o patrimônio e a cultura das regiões.

## **2 Referencial teórico**

A origem da comida é tão antiga quanto a espécie humana, já que até mesmo os animais a praticam. Como relata Carneiro (2005), a diferença entre a comensalidade humana e a dos animais é que são atribuídos sentidos aos atos da partilha e eles se alteram com o tempo. Como precisamos comer para viver, nenhum outro comportamento não automático se liga de modo tão íntimo à nossa sobrevivência (Mintz, 2001).

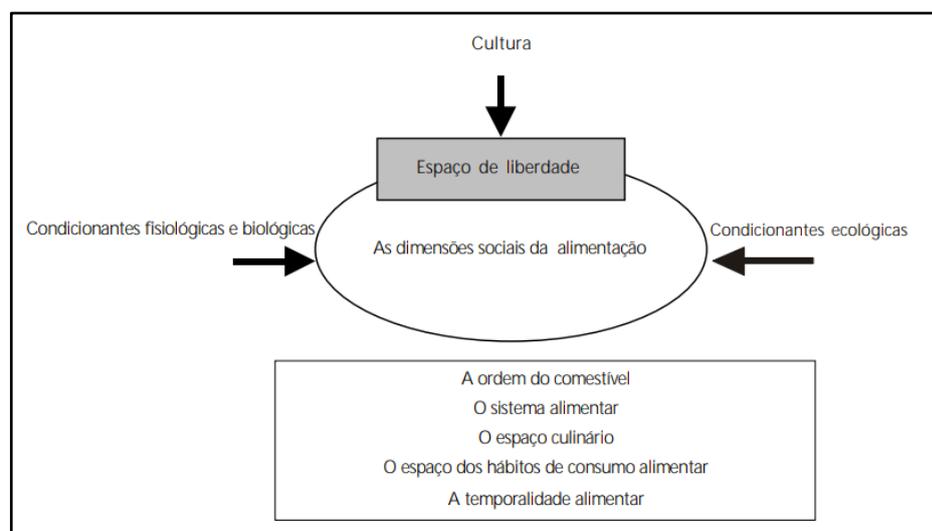
O comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social, e isso parece valer para todos os seres humanos (Mintz, 2001). Apesar da necessidade biológica de se alimentar, gradativamente o ato de alimentar-se foi estando cada vez mais ligado à cultura, sendo parte das expressões, pensamentos e ideologia dos mais diferentes povos e as tradições culinárias se tornam memória social, influenciando também os modos de produção e a economia (Amon & Menache, 2008).

O ato de comer fez com que fossem criadas regras da identidade e hierarquia social, que tecem as relações e impõem limites e fronteiras, sociais, políticas, religiosas etc. Todos os quesitos de organização da sociedade, questões parentais, tabus religiosos, costumes regionais estão relacionados a questões alimentares. Inclui-se a economia e o início da comercialização, onde as primeiras trocas eram alimentos produzidos pelas famílias para sobrevivência, e também as descobertas de novas regiões, com o surgimento das grandes navegações em busca de mercadorias e especiarias como artigos de luxo.

Culturas e hábitos alimentares são elementos importantes para compreender e analisar a distinção entre sociedades, sobretudo quando se observa sistemas alimentares impregnados de elementos culturais que identificam povos e regiões pela sua singularidade (Poulain & Proença, 2003). A identidade religiosa é considerada uma identidade alimentar, por exemplo, ser judeu ou muçulmano, dentre as regras, estão o ato de não comer carne de porco. Ser hinduísta é ser vegetariano. O cristianismo ordena sua cerimônia mais sagrada e mais característica em torno da ingestão do pão e do vinho, como corpo e sangue divinos (Carneiro, 2005). A relação existente em um grupo caracteriza sua identidade cultural, nesse sentido, o alimento tem a capacidade de fortalecer e sustentar as relações dos indivíduos de um grupo, ou seja, a comida é capaz de marcar uma identidade (Richards, 2002).

A noção de espaço social alimentar, proposta por Poulain e Proença (2003), reforça a conexão dos grupos humanos com o território ao elencar aspectos biológicos e antropológicos em sinergia com condicionantes ecológicas na configuração das dimensões sociais da alimentação (Figura 1). A cultura aparece como mediadora de condicionantes biológicas e ecológicas, juntamente com os espaços de liberdade, que são as escolhas do grupo humano. O ato de comer passa a ser forma de diferenciação social, marcando fronteiras de identidade entre os grupos humanos.

**Figura 1** – O espaço social alimentar e suas dimensões



Fonte: Poulain & Proença (2003).

Entre as dimensões, o espaço do comestível se refere às escolhas do grupo humano no interior de um conjunto de produtos vegetais e animais colocados à sua disposição pelo meio natural, ou que poderão ser implantados a partir de decisões deste grupo. Ao mesmo tempo, o sistema alimentar faz referência ao conjunto de estruturas tecnológicas e sociais envolvidas em todas as etapas de produção e de transformação, da coleta até a preparação culinária. Já o espaço do culinário traz elementos físicos e de costume, se referindo à distribuição das peças e localização da cozinha, por exemplo, e também às relações formais e informais, como a distribuição de tarefas. O espaço dos hábitos de consumo engloba o conjunto de rituais que envolvem o ato alimentar no seu sentido estrito, tais como, a definição e organização estrutural de uma refeição, a jornada alimentar, as modalidades e formas de consumo, o local das refeições, as regras de localização dos comensais, entre outros aspectos. Por fim, a temporalidade alimentar se refere ao ritmo cotidiano, com suas alternâncias de tempos de trabalho e de repouso, jejum ou número de refeições autorizadas, as diferenças das refeições, as comidas fora das refeições e sua implantação horária respectiva. Assim, os modelos alimentares surgem com uma configuração particular de todos esses elementos, sendo uma importante marca da identidade e é indissociável da cultura.

Na obra *Fisiologia do Gosto (Physiologie du Goût)*, Brillat-Savarin (1825) refere-se à gastronomia como sendo a observância das leis do estômago ou também a arte de comer bem, ou seja, tudo o que se referia ao homem, à medida que ele se alimentava. Para o autor, a gastronomia estava relacionada incondicionalmente à história natural, conforme a classificação que ele fez das substâncias alimentares, a física, a química e a culinária, transformadas pela arte de preparar as iguarias e torná-las agradáveis ao gosto, à economia, ao comércio e, principalmente, à sociedade, pela influência que exercia e exerce em todas as classes sociais.

Entre outros aspectos importantes relacionados à alimentação, estão as questões de saúde e religiosas. Quanto às questões de saúde, estão ligadas às enfermidades e também à constituição física de cada pessoa, sendo que muitas vezes devido a esses fatores e por determinações médicas deve-se modificar a alimentação e adotar dietas distintas do habitual. Um outro significado cultural fundamental do alimento é a capacidade de alguns produtos alimentarem não apenas o corpo como também o espírito: os alimentos-drogas. Um alimento-droga é um alimento que possui efeito psicoativo, tal como os álcoois, os excitantes possuidores de cafeína, sedativos

como o ópio ou mesmo alucinógenos como certos cactos e certos cogumelos. Todos foram considerados alimentos sagrados e divinizados em diversas religiões. Os mais difundidos foram os fermentados alcoólicos de grãos ou de frutas, que continuam sendo, na forma das bebidas alcoólicas, os principais alimentos-drogas no mundo (Carneiro, 2005).

Importante citar que a comida também apresenta reflexos dos processos de globalização: desenvolve ciência, gera conhecimento, enfrenta crises, esgota e/ou elabora sistemas alimentares, dita modas e faz surgir novos produtos, serviços e negócios (Diez Garcia, 2003). Representando o "fruto da terra", a comida traz inicialmente uma conexão com o lugar, vínculos culturais que contam sua história de evolução pelos tempos. Em muitas sociedades, comida, culinária e gastronomia são elementos trabalhados como potencial para gerar aumento de renda e o desenvolvimento, associando alimentos ao turismo (Pamukçu *et al.*, 2021).

A simbologia dos alimentos exerce uma influência ao homem, podendo constituir-se em importante elemento que revela identidades e ajuda a entender a cultura de um povo (Corner & Angelo, 2008). Assim, pratos que remetem ao contexto histórico de formação das localidades – como é o caso das diferentes regiões brasileiras, especialmente em virtude dos processos migratórios – auxiliam a manter viva a memória e reforçar a identidade cultural local, sob prisma dos pratos típicos, que remetem a alimentos consumidos no decorrer da história (Cascardo, 2011). Segundo Zaneti e colaboradores (2016), as comidas tradicionais têm a capacidade de resgatar e preservar a identidade cultural, de modo a contribuir com o desenvolvimento de uma região.

Cabe destacar que as práticas gastronômicas realizadas em uma comunidade estão atreladas às características temporais, além do tipo de alimento que é possível naquele dado momento (Gastal, Silva & Beber, 2016). Assim, segundo Perini e Gastal (2017), o gosto é uma construção cultural que varia de acordo com as preferências (e condições) existentes em cada período.

O alimento, sob prisma de caracterização da identidade cultural de um grupo, é, ao mesmo tempo, um elemento de diferenciação. Nesse sentido, as Indicações Geográficas representam a possibilidade legal de atribuir um produto a uma determinada região, ou seja, as IGs promovem a diferenciação e, em paralelo, agregam valor e qualidade a partir da relação com uma localidade específica (Dallabrida, Baukart & Guinzani, 2020). De acordo com Lobo e Ferreira (2019), as IGs definem uma marca que é responsável por traduzir a autenticidade das regiões de produção,

gerando maior interesse por parte dos consumidores em conhecer esses locais e suas identidades.

Nesse sentido, surge a proposta da cozinha regional, formada por ingredientes que não podem deixar de ser contextualizados historicamente. Em especial, é a partir disso que se tem a exploração comercial de pratos considerados típicos, principalmente pela atividade turística. No entanto, em virtude das mudanças nos padrões da sociedade (em que a mulher não é responsável pela alimentação da família, exclusivamente, por exemplo), nos processos industriais e legais (objetivando a segurança alimentar), as receitas tradicionais passam por releituras e transformações até chegar ao consumidor atual.

Assim, a percepção do que é considerado típico ou regional acaba por passar por um crivo, ocorrendo a imposição de certos pratos (Perini & Gastal, 2017) ou, ainda, a identificação de um prato como típico que nem sempre é o mais frequente na mesa dos moradores de uma localidade, mas, por outro lado, é o que representa aquela comunidade, no senso comum (Gimenes, 2010). O turismo se apropria de práticas gastronômicas de um grupo e, ao mesmo tempo que valoriza (ou revaloriza) e preserva ingredientes e receitas, e fortalece um imaginário associado ao passado e à autenticidade (Perini & Gastal, 2017).

### **3 Procedimentos metodológicos**

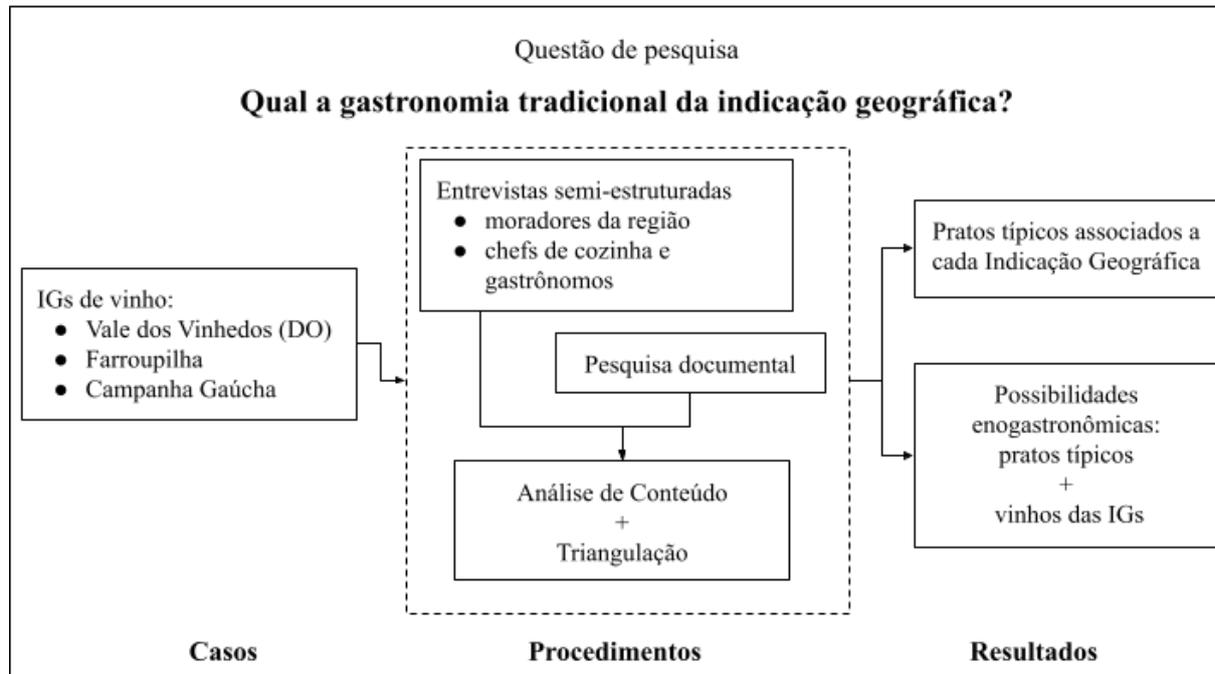
#### **3.1 Estrutura da pesquisa**

O estudo se caracteriza por pesquisa exploratória e de natureza qualitativa. A escolha é justificada pela lacuna de trabalhos no tema e pela natureza do objetivo de pesquisa, que busca formular proposições que possam ser sistematizadas e exploradas em futuros trabalhos. O protocolo utilizado foi de estudo de caso múltiplo, com análise holística. O estudo de caso foi escolhido por ser uma investigação empírica que investiga um fenômeno no seu contexto, indicado para situações nas quais os limites entre o fenômeno e o contexto não são evidentes (Yin, 2018). Tal característica tem aderência com o tema que é a gastronomia tradicional, que está intimamente ligada com o território e seus elementos culturais, históricos e paisagísticos. O estudo é holístico por trabalhar uma única unidade de análise em todos os casos, que é a gastronomia tradicional, conforme critério de Yin (2018).

O estudo buscou responder à pergunta "qual a gastronomia tradicional da indicação

geográfica?". O procedimento principal de coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada com os moradores locais, os gastrônomos ou chefes de cozinha em cada uma das regiões estudadas. A amostragem foi por conveniência, utilizando a técnica de rede ou bola de neve e o critério de saturação dos dados, o que resultou em 3 a 7 entrevistas por região. Os dados foram categorizados usando análise de conteúdo, com intuito de identificar os pratos típicos de cada região. Para maior confiabilidade nos resultados, os dados foram triangulados usando múltiplas fontes, incluindo literatura cinza (materiais não acadêmicos, como materiais de divulgação, cardápios, sites, entre outros). As perspectivas enogastronômicas envolvendo harmonização entre os pratos tradicionais e os vinhos de IG foram validadas com apoio de um painel de especialistas em outro estudo, que também envolveu gastronomia internacional (Jantsch et al., 2024). A figura 2 sistematiza a estrutura da pesquisa.

**Figura 2** – Estrutura do estudo de caso



Fonte: autoria própria (2024).

O recorte empírico para a pesquisa foram três IGs de vinho localizadas no Rio Grande do Sul (RS), no extremo sul do país: Vale dos Vinhedos e Farroupilha, na Serra Gaúcha, e Campanha

Gaúcha, na fronteira oeste do estado. A escolha buscou aliar representatividade e diversidade para a análise. Considerando o cenário vitivinícola, o RS é o principal produtor de uva e vinho do Brasil, respondendo por 80% da produção, que está fortemente concentrada na Serra Gaúcha. O RS também é destaque no tema das indicações geográficas: foi o primeiro estado a ter uma IG reconhecida, o Vale dos Vinhedos, para vinhos, e também o primeiro a ter uma DO, o Litoral Norte Gaúcho para a produção de arroz. Além disso o RS figura ao longo dos anos como o estado com mais IGs reconhecidas do país, atualmente são 14,10% do total. Com relação às indicações geográficas de vinho, o RS possui 9 das 12 IGs do Brasil, o que inclui as 2 DOs.

Os casos escolhidos para o estudo foram: Vale dos Vinhedos, Farroupilha e Campanha Gaúcha. A DO do Vale dos Vinhedos foi selecionada pela sua importância e trajetória, pois foi a primeira DO de vinhos do Brasil e já havia sido reconhecida na modalidade de indicação de procedência (IP) em 2002, sendo a primeira IG do Brasil. A IP Farroupilha foi escolhida pela sua particularidade e volume: é uma IG para produtos a partir da uva moscato e, mesmo sendo reconhecida apenas em 2015, já possui mais de 1 milhão de selos emitidos. A IP Campanha Gaúcha foi a primeira IG de vinhos finos fora da Serra Gaúcha e representa uma região com perfil histórico e gastronômico distinto; apesar do desenvolvimento recente da vitivinicultura, a região já conta com mais de 31% da produção de vinhos no Brasil (vinhos de *Vitis vinífera*). No tópico a seguir serão apresentadas IGs estudadas.

### **3.2 Casos estudados: três indicações geográficas de vinho**

As Indicações geográficas são um fenômeno relativamente recente no Brasil, com a primeira legislação positiva apenas em 1996, permitindo o reconhecimento nos termos legais. O tema se desenvolveu de forma quantitativa e qualitativa, considerando a variedade de produtos protegidos, a abrangência territorial e o desenvolvimento da pesquisa no tema (Flores & Falcade, 2022). Até outubro de 2024, o país já possuía 121 regiões reconhecidas, 92 como indicação de procedência e 29 denominações de origem - para os vinhos o total são 12 IGs (2 DOs). As IGs de vinho têm relevância no contexto do desenvolvimento do tema no país. O vinho foi o primeiro produto a ter uma IG reconhecida e, até recentemente, era o produto com maior número de IGs no Brasil, pois foi ultrapassado pelo café que conta com 17 IGs (7 DOs). O quadro 1 apresenta o perfil das IGs estudadas e a Figura 3 mostra o mapa indicando a localização destas.

**Quadro 1** – Perfil das IGs estudadas (2023)

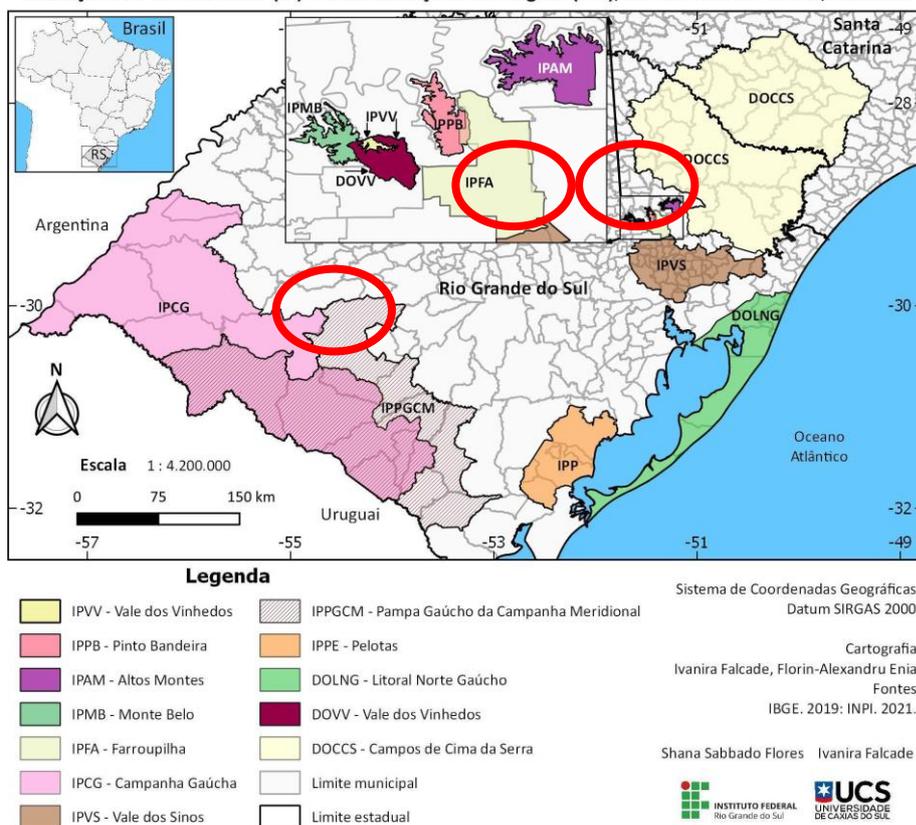
Região	Tipo	Ano reconhecimento	Associação	Produtores associados
Vale dos Vinhedos	DO	2012 (DO) 2002 (IG)	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale)	14*
Farroupilha	IG	2015	Associação Farroupilhense de Produtores de Vinhos, Espumantes, Sucos e Derivados (Afavin)	9
Campanha Gaúcha	IG	2020	Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha (Vinhos da Campanha)	18

\* Produtores da DOVV.

Fonte: autoria própria (2024).

**Figura 3** - Indicações Geográficas no Rio Grande do Sul com destaque para Vale dos Vinhedos, Farroupilha e Campanha Gaúcha

Indicações de Procedência (IP) e Denominações de Origem (DO), no Rio Grande do Sul, em 2020



Fonte: Adaptado de Flores e Falcade (2022).

A região demarcada do Vale dos Vinhedos está localizada na Serra Gaúcha e possui área total de 72,45km<sup>2</sup> nos municípios de Bento Gonçalves (61%), Garibaldi (33,4%) e Monte Belo do Sul (5,4%). Sua demarcação levou em conta os limites do vale e uma altitude igual ou superior a 400m. O Vale dos Vinhedos foi colonizado em torno dos anos de 1875 por imigrantes italianos, provindos das regiões de Trento e Vêneto. O legado histórico e cultural deixado por esses imigrantes está enraizado nas pessoas, nos costumes e, inclusive, na paisagem do Vale dos Vinhedos. A construção de capelas, a devoção aos santos, o dialeto vênето e, principalmente, o cultivo da videira e a produção do vinho são marcas da imigração (Falcade & Mandelli, 1999).

Também na Serra Gaúcha, Farroupilha possui indicação de procedência exclusiva para vinhos moscatéis. A área delimitada da indicação de procedência concentra o maior volume de produção de uvas moscatéis do Brasil. A região recebeu em 1875, as primeiras famílias italianas de imigrantes vindos de Milão. Em curto espaço de tempo, chegaram mais famílias, das regiões de Piemonte e Veneto. Cada família, inicialmente produzia para sua subsistência, sendo assim, logo começaram a cultivar videiras e elaborar seus próprios vinhos em suas residências (Zilio & Falcade, 2022). A área geográfica delimitada possui 379km<sup>2</sup>, 99% localizada no município de Farroupilha, com pequenas áreas em Caxias do Sul, Pinto Bandeira e Bento Gonçalves. Esta área possui altitudes entre 450 e 800m (média de 648m), com ocorrência de geadas tardias, onde a variedade Moscato Branco se adaptou por ser de brotação tardia, viabilizando seu cultivo (Tonietto *et al.*, 2022).

Já a Campanha Gaúcha está localizada no bioma Pampa no estado do Rio Grande do Sul, ao longo da fronteira Brasil-Uruguai. O início da produção vitivinícola na região iniciou-se na década de 1980, com expansão significativa a partir dos anos 2000. A área da IP Campanha Gaúcha está localizada entre as coordenadas 29° e 32° de Latitude Sul em uma área total de 44.365 km<sup>2</sup>, que abrange, em todo ou em parte, 14 municípios da região: Aceguá, Alegrete, Bagé, Barra do Quaraí, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra, Itaquí, Lavras do Sul, Maçambará, Quaraí, Rosário do Sul, Santana do Livramento e Uruguaiana. A região é responsável por cerca de 31% da produção de vinhos finos no Brasil. A Campanha Gaúcha possui uma colonização distinta, marcada pelas disputas entre portugueses e espanhóis no século XIX e pela presença do gaúcho, um tipo social com influência étnica castelhana, charrua e portuguesa, ligado à atividade pastoril e à estância. A viticultura na região começou em áreas pontuais com os Jesuítas no século

XVII e com os portugueses no século XVIII, mas não se consolidou com identidade territorial. A retomada veio na década de 1980, a partir de estudos que identificaram o potencial edafoclimático da região, com forte impulso a partir dos anos 2000 (Flores & Medeiros, 2014).

#### **4 Resultados e discussão**

No sul do Brasil, a gastronomia regional é um produto agregado que se destaca em diferentes regiões, nas etnias representativas, desde a colonização até os dias atuais. A cultura indígena, portuguesa, africana, alemã e italiana têm na culinária, expressão da arte na cozinha (Ceretta, 2012). No Rio Grande do Sul (RS), estado das IGs analisadas, a culinária gaúcha é representada por diversas etnias: portuguesa; espanhola; italiana; uruguaia; alemã; francesa; africana; açoriana; ou tantas outras que marcaram o povoamento do Estado (Lessa, 1999; Zaneti et al., 2016).

Os principais símbolos da culinária do RS são o churrasco e o chimarrão, ambos reconhecidos como prato típico e bebida típica, respectivamente (Lei Estadual 11.929/2003), constituídos como bens culturais, legítimos da cultura rio-grandense. O churrasco e o chimarrão são exemplos representativos da miscigenação da culinária entre os povos indígenas, espanhóis, portugueses e franceses.

Destaca-se que as diferentes regiões do estado estão situadas em condições de relevo e vegetação distintas, além de terem tido diferentes processos de formação e influências de colonização, o que vai influenciar na gastronomia local. No estudo são abordadas duas categorias com identidade gastronômicas distintas: (1) a gastronomia italiana, nos casos das IGs Vale dos Vinhedos e Farroupilha; e (2) a gastronomia da fronteira, no caso da IG Campanha Gaúcha.

Mediante pesquisa com moradores de cada localidade, Vale dos Vinhedos, Farroupilha e Campanha Gaúcha, foram identificados os pratos típicos locais, mais consumidos e que caracterizam, segundo os entrevistados, a gastronomia local. A seguir, são apresentados os resultados que contemplam os dois cenários estudados.

#### **4.1 Gastronomia das IGs Vale dos Vinhedos e Farroupilha: a culinária italiana**

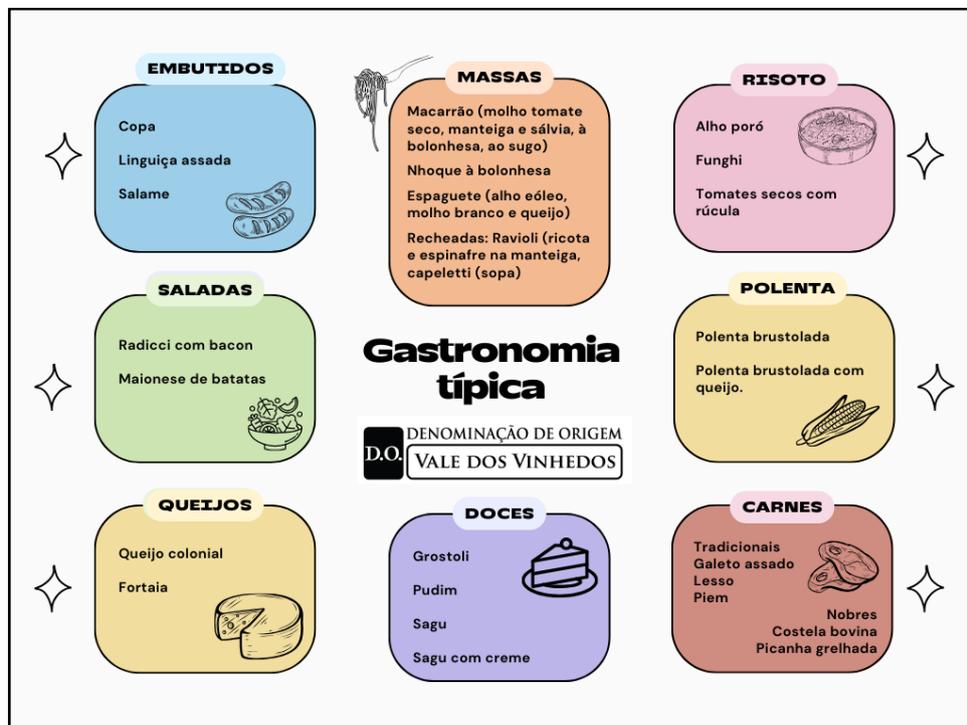
O fluxo migratório da Itália em direção ao Brasil começou no século XIX e seguiu até a segunda metade do século XX, sobretudo nas regiões do sul (Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná) e sudeste (principalmente o Estado de São Paulo). Este processo teve diversas fases e incluiu diferentes regiões da Itália (pouco depois da Unificação Italiana), o que demonstra a complexidade na análise da identidade italiana no Brasil (Flores et al., 2014). Informações da Embaixada da Itália apontam o Brasil como a maior população do mundo de descendentes de italianos, o que pode chegar a 30 milhões de pessoas. A imigração italiana tem importante papel no desenvolvimento econômico e cultural do país, o que inclui a gastronomia e o vinho.

Em 2022, os saberes tradicionais, o acervo de receitas e as práticas alimentares da gastronomia italiana dos imigrantes foi reconhecido como Patrimônio Histórico e Cultural do Rio Grande do Sul (Lei Estadual 15.898). As cidades de Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo e Farroupilha foram colonizadas por italianos, e, desse modo, a influência gastronômica dessas localidades indica, em geral, as massas, a polenta, o queijo colonial e o salame, entre outros.

A gastronomia faz parte dos traços culturais que distinguem as regiões e os povos que nelas habitam. Desde ingredientes locais até formas específicas de preparo, se tornam distinções em cada região, caracterizando os pratos típicos que, ao longo do tempo, podem ser adaptados a partir das influências que recebe ou até mesmo pelos deslocamentos dos moradores (Colonetti *et al.*, 2018). Os imigrantes italianos chegaram ao Brasil com recursos escassos e sem os produtos que tinham na Itália, fazendo adaptações no modo de vida e também na gastronomia. Feijão, milho, mandioca, batata, a horta para fornecer verduras e saladas (em especial o “radicci”) e as carnes de caça, pesca, além da criação de galinhas e porcos, se tornaram os alimentos mais presentes na mesa dos imigrantes (Frigo; Saraiva & Lunardi, 2021). Aqui se nota a formação de um modo de alimentação que une a disponibilidade ecológica do meio e culturas implementadas a partir das decisões dos imigrantes, dentro de seus espaços de liberdade. Fica clara, também, a influência cultural na formação desse espaço alimentar, conforme proposto por Poulain e Proença (2003).

Na consulta realizada junto a moradores e chefs de cozinha da IG do Vale dos Vinhedos, os pratos abordados foram os presentes na figura 4.

**Figura 4** - Gastronomia típica associada à DO Vale dos Vinhedos



Fonte: autoria própria (2024).

Os embutidos, preparados com diferentes partes/carnes de porco e temperos “ensacados” em tripas, são um dos elementos introduzidos pelos imigrantes italianos (Zanetti et al., 2019). No caso das saladas, o “radicci” (almeirão, com folhas lisas e de sabor amargo) é temperado com vinagre e depois se acrescenta o bacon (já frito). Já a maionese é um preparado com batatas em cubos misturados com um creme de ovos, óleo e vinagre. Unindo os queijos com ovos, a fortaia é uma omelete mexida preparado com ovos, salame e queijo.

A polenta é um prato elaborado com farinha de milho e água, sendo consumida mole (logo que é preparada), ou posteriormente quando endurece é cortada em fatias e colocada para tostar em uma chapa (brustolada). É utilizada como complemento ou carboidrato principal. Considerado a influência direta da cultura italiana, se destacam as massas, em especial o capeletti, que é uma massa recheada com *pien*, fervida em brodo (caldo preparado de aparas de frango e ervas).

Passando às proteínas, o *lessso* são as carnes fervidas para o preparo do caldo/sopa, o *piem* é o recheio preparado para o capeletti, mas em formato de rocambole, cozido no caldo da sopa e

consumido em fatias. Apesar das referências em relação à carne de gado (especialmente a indicação de cortes considerados nobres), segundo Lovera (2016), o consumo deste tipo de carne era pouco comum na alimentação dos imigrantes italianos da região. Esse resultado demonstra as trocas e influências que a gastronomia sofre por conta do contato com distintas culturas e a dinâmica na construção desse espaço social alimentar.

Na mesma linha, os risotos também não estavam presentes em outros estudos envolvendo a gastronomia dos imigrantes italianos, conforme apontado por Perini e Gastal (2017). Todavia, os risotos foram identificados como pratos típicos no presente estudo, o que denota a sua presença no imaginário dos moradores, chefs e gastrônomos, e se reflete em sua presença nos cardápios locais.

No caso das sobremesas, foi feita referência ao *grostoli*, uma massa (similar a de pão), em formato de tope, frita e posteriormente passada no açúcar e canela. O pudim é um doce cremoso à base de leite, ovos e açúcar caramelizado, assado em banho maria. O sagu, sobremesa que leva bolinhas de amido de milho (sagu) cozidas em vinho tinto, com canela e cravo, é um exemplo do hibridismo gastronômico, ou seja, a mistura das etnias presentes no país, desenvolvido por germânicos com fécula de batata e condimentado pelos imigrantes italianos com vinho tinto e açúcar (Colonetti, 2018). Atualmente, o sagu é elaborado com fécula de mandioca, produto presente nas culturas indígenas.

Em relação à DO Vale dos Vinhedos, são listados pelas regras da IG, cinco possíveis produtos, os quais devem seguir as normas de cultivo e produção pré-determinadas. O quadro 2 apresenta as opções existentes para vinhos tintos, brancos e espumantes produzidos por algumas vinícolas da região.

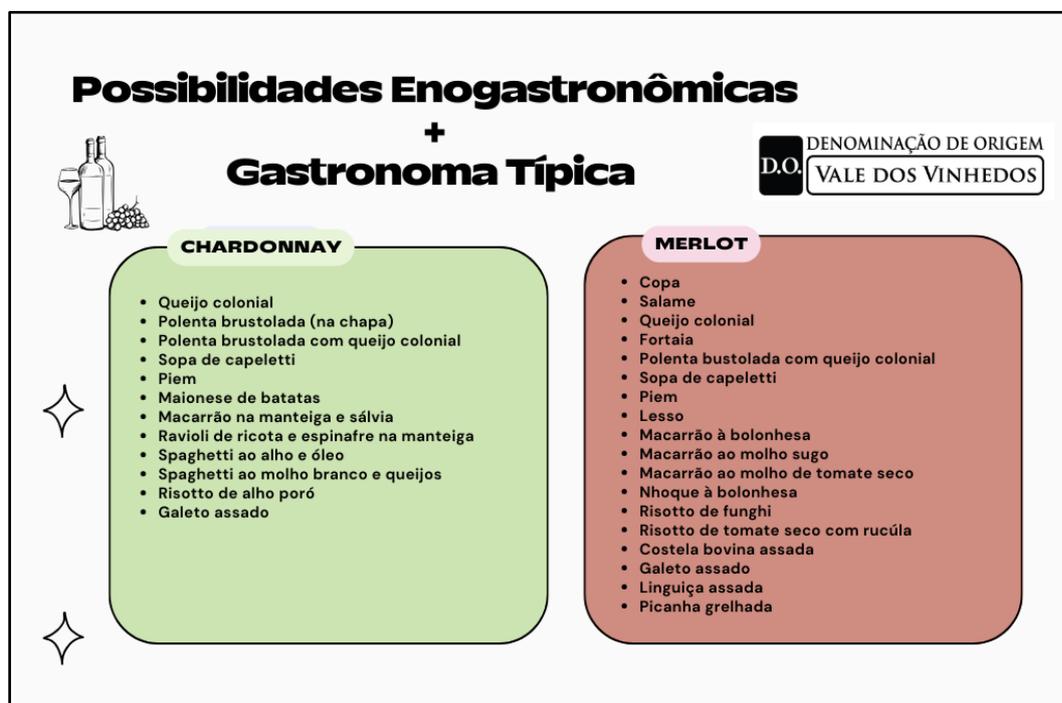
**Quadro 2** – Vinhos DO Vale dos vinhedos

Tipo	Variedade
Vinhos tintos	<ul style="list-style-type: none"><li>● Merlot</li><li>● Assemblage: Merlot (mín. 60%), Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc e Tannat</li></ul>
Vinhos brancos	<ul style="list-style-type: none"><li>● Chardonnay</li><li>● Assemblage: Chardonnay (mín. 60%) e Riesling Itálico</li></ul>
Espumantes	<ul style="list-style-type: none"><li>● Chardonnay e ou Pinot Noir</li></ul>

Fonte: Adaptado de Tonietto e colaboradores (2022).

Estudos preliminares apontaram possibilidades de harmonização dos vinhos das IGs estudadas com gastronomia típica e também a gastronomia internacional (Jantsch *et al.*, 2024). A figura 5 apresenta os principais resultados considerando apenas os dados da gastronomia típica. Com base nas respostas dos participantes, em relação às possibilidades de harmonização entre os pratos típicos e os vinhos da DO, alguns pratos são possíveis de harmonizar tanto com Chardonnay como também com a variedade Merlot. É o caso do queijo colonial, da sopa de capeletti, do *pien*, da polenta brustolada com queijo e do galeto assado. As massas com molho de tomate harmonizam melhor com vinho Merlot (como também as carnes bovinas), enquanto as que têm molhos com ingredientes como ricota, espinafre, sálvia e manteiga são mais propensas a serem acompanhadas por um vinho Chardonnay.

**Figura 5** - Possibilidades enogastronômicas associada à gastronomia típica na DO Vale dos Vinhedos

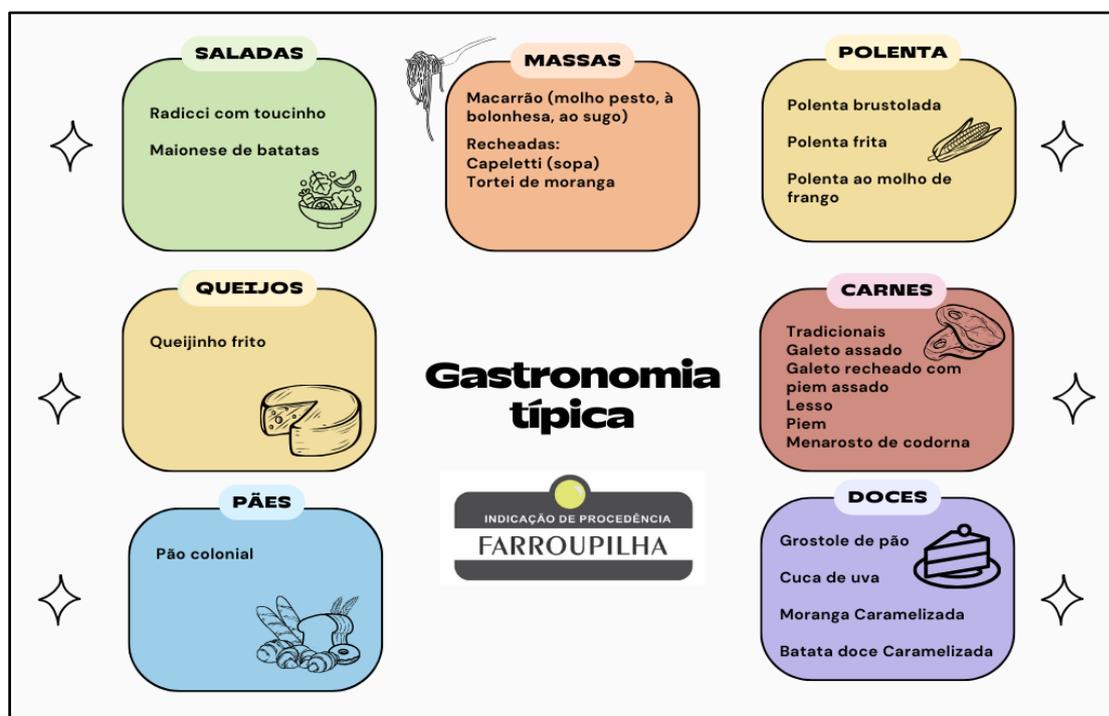


Fonte: autoria própria (2024).

No caso da IG Farroupilha, apesar da proximidade geográfica e cultural com o Vale dos Vinhedos, que compartilham traços históricos relacionados à imigração italiana, foram identificados alguns pratos diferentes, conforme figura 6. No caso dos pratos considerados típicos

em Farroupilha, alguns surgem de modo complementar ao que foi mencionado no Vale dos Vinhedos. O termo toucinho é utilizado como referência ao bacon; o queijo frito utiliza a técnica de empanado, enquanto a polenta frita é colocada no óleo após endurecer, ainda a versão da polenta com molho de frango. Nas massas, aparece o molho pesto (manjeriçao, azeite, parmesão e nozes) e o *tortéi* de moranga, uma massa em formato de pastel, recheada com moranga cozida em purê.

**Figura 6** - Gastronomia típica associada à IP Farroupilha



Fonte: autoria própria (2024).

Nas carnes, além do *pien* e do *lesso*, foram identificados o galeto (frango) assado ou ainda recheado com *pien*, e o menarosto de codorna, processo que consiste em assar carnes sem ter contato direto com as chamas e fumaça, somente brasas, em uma churrasqueira giratória. O galeto, um frango de pequeno porte (poucos dias, por isso "primo canto", primeiro canto em italiano), se destaca como um dos pratos locais, remete à tradição dos imigrantes do consumo de pássaros assados na brasa, que chamavam de passarada (Perini & Gastal, 2017). Entre os doces citados, o grostoli de pão, que é uma massa frita passada em açúcar, a moranga caramelizada,

feita com açúcar até caramelizar, batata caramelizada, cozida com água e açúcar até caramelizar, e a cuca de uva, que é um pão doce de uva, coberto de farofa de açúcar assado.

Os hábitos alimentares dos imigrantes italianos perpetuam as gerações, no entanto sofreram algumas adaptações, tanto por conta do surgimento de novas técnicas como também novos produtos (Colonetti *et al.*, 2018), como, por exemplo, o tipo de gordura ou equipamento utilizado para fazer a polenta frita - alterações que refletem as dinâmicas no espaço culinário e no espaço dos hábitos de consumo alimentar. O processo de transmissão do legado de saberes e fazeres muda conforme as gerações, sofrendo influência de mudanças econômicas e sociais, como trata o estudo de Frigo, Saraiva e Lunardi (2021). Assim, o significado dos pratos e alimentos consumidos pelos imigrantes não é o mesmo para as gerações mais atuais, o que implica a construção de novos modelos alimentares.

A sopa de capeletti, prato introduzido pelos imigrantes italianos (Zaneti, 2019) presente nas duas regiões pesquisadas, é considerada um prato típico e comercializado em diversos estabelecimentos comerciais como característico dos imigrantes italianos (Perini & Gastal, 2013). Outro prato citado pelos moradores dos dois locais é a polenta, que tem diferentes formas de preparo. Segundo Colonetti *et al.* (2018), a polenta é um dos pratos típicos considerados mais representativos da gastronomia do Vale dos Vinhedos, desde a opção de ser servida mole, até “brustolada”.

Indo ao encontro do estudo de Perini e Gastal (2017), a polenta, o galetto e o *radicci* são sinônimos da comida típica da região Uva e Vinho (recorte da Serra Gaúcha), fazendo parte dos cardápios de muitos restaurantes turísticos. A gastronomia presente nos restaurantes das regiões pesquisadas, que utiliza muito dos ingredientes tradicionais e representa os pratos típicos da imigração italiana, deixou para trás a comida vista como “de pobre”, para adquirir um status turístico, contemplando a harmonização com vinhos e espumantes de qualidade produzidos nas regiões (Perini & Gastal, 2013).

No que se refere à produção de vinhos, a IG Vinhos de Farroupilha é destinada à produção de moscatel, contemplando variedades e características (Quadro 3). Partindo para as possibilidades enogastronômicas estudadas anteriormente pelo mesmo grupo de pesquisadores deste manuscrito (Jantsch, Flores & Vale, 2024), foram considerados os vinhos mais icônicos: o Moscato Seco e o espumante Moscatel (figura 7). O Moscatel tem uma associação nata com as

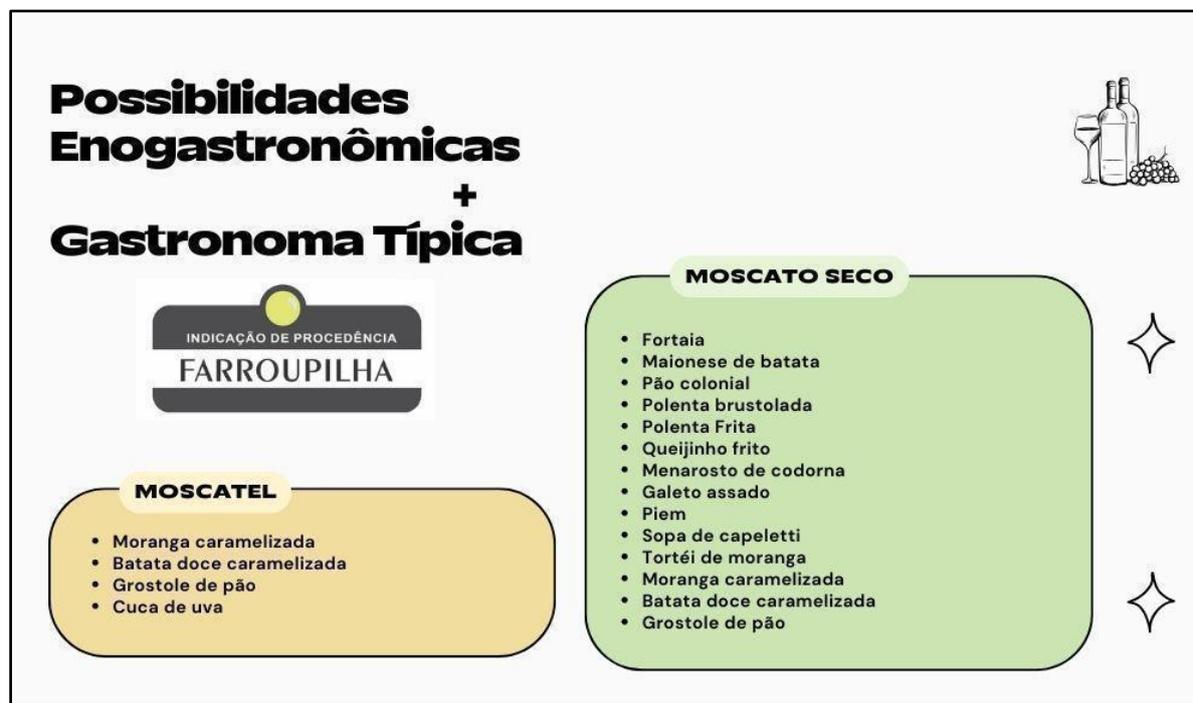
sobremesas e as opções doces, em uma harmonização por similaridade. O Moscato Seco é um vinho mais versátil, que possibilita harmonização com pratos salgados e também doces.

**Quadro 3 - Vinhos da IP Farroupilha**

Produtos	Variedades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinho moscatel espumante</li> <li>• Vinho fino branco moscatel</li> <li>• Vinho frisante moscatel</li> <li>• Vinho licoroso moscatel</li> <li>• Mistela simples moscatel</li> <li>• Brandy de vinho moscatel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moscato Branco (tradicional)</li> <li>• Moscato Bianco</li> <li>• Malvasia de Cândia (aromática)</li> <li>• Moscato Giallo</li> <li>• Moscatel de Alexandria</li> <li>• Malvasia Bianca</li> <li>• Moscato Rosado</li> <li>• Moscato de Hamburgo</li> </ul>

Fonte: Tonietto e colaboradores (2022).

**Figura 7 - Possibilidades enogastronômicas associada à gastronomia típica na IP Farroupilha**



Fonte: autoria própria (2024).

Com base nos resultados, é possível identificar a variedade gastronômica presente nas duas regiões pesquisadas que, apesar de possuírem contextos histórico-culturais muito similares – envolvendo a imigração italiana – apresentam peculiaridades. Os registros presentes nos

participantes da pesquisa demonstram também as influências recentes vivenciadas pelos moradores, tanto no que se refere à elaboração dos pratos típicos, como também na produção de vinhos. Esse dinamismo reforça a ideia de Poulain e Proença (2003) sobre a influência do espaço dos hábitos e do sistema alimentar na conformação dos modos de alimentação.

A presença do vinho na gastronomia italiana é um tema à parte, que passa pela imigração e pela construção de um novo modo de vida deste imigrante italiano no Brasil, trazendo uma fusão, que contém elementos da Itália, da vida cotidiana desses sujeitos, além de seus imaginários e suas aspirações. Nesse contexto, fazer vinho no novo território foi muitas vezes um sonho, como uma reprodução de experiência. Esse imaginário coletivo, a "italianidade", expressa uma combinação de lembranças pessoais ou de uma família com um conjunto de imagens e mesmo que eles possam ser parecer desconectados, indicam o desejo de perpetuar a história e as relações entre a Itália e o Brasil (Cappellin & Giuliani, 2011). As representações desta cultura podem ser vistas nos discursos dos habitantes, nas práticas cotidianas, assim como na paisagem local da Serra Gaúcha. É evidente que existe uma forte ligação entre o vinho e os suportes identitários principais: a família, a igreja e a gastronomia (Flores *et al.*, 2014).

Nesse contexto, se observa que a uva esteve presente desde os primeiros anos de ocupação italiana. Contudo, mesmo que alguns estudos indiquem tentativas de cultivar *vitis vinifera*, o que acabou se consolidando foram as variedades americanas (que eram anteriormente cultivadas pelos imigrantes alemães na região dos vales), por se mostrarem mais resistentes às condições ambientais locais (Falcade, 2011). Tonietto (2003) classifica a evolução da vitivinicultura brasileira em quatro períodos ou gerações. A primeira geração corresponde à implantação da vitivinicultura e predomínio de variedades americanas e do vinho de mesa, entre a chegada dos imigrantes em 1870 até 1920. Na segunda geração ocorre a diversificação de produtos, entre os anos 30 e 60, e a presença de vinhos híbridos e de viníferas. Entre os anos 70 e 90, se inicia um período de melhoria na qualidade dos produtos e é marcado pela presença de vinhos varietais. A quarta geração vai trazer a busca de identidade para o vinho brasileiro, a partir dos anos 2000, e tem como marca as indicações geográficas. A partir desse momento, a ênfase é em vinhos de qualidade produzidos em determinadas regiões, que passam também a representar tais territórios.

A presença das indicações geográficas nas regiões pesquisadas é prova desse processo de evolução do vinho, em consonância com a evolução da sociedade. O vinho que hoje representa

as regiões tem raízes históricas, mas não é o mesmo vinho dos imigrantes que ali chegaram. Ainda assim, esse vinho integra a identidade local e sua ligação com as raízes históricas, o que evidencia a evolução do sistema alimentar (ou estruturas tecnológicas e sociais) no modo de alimentação e na identidade (Poulain & Proença, 2003). Além disso, assim como foi possível identificar elementos distintos na gastronomia, no vinho a distinção na identidade é ainda mais evidente, com Farroupilha se associando ao moscato, enquanto o Vale dos Vinhedos é associado ao merlot e ao chardonnay. Tudo isso evidencia a importância dos hábitos de consumo e dos espaços de liberdade na construção de uma identidade, cuja gastronomia é elemento central.

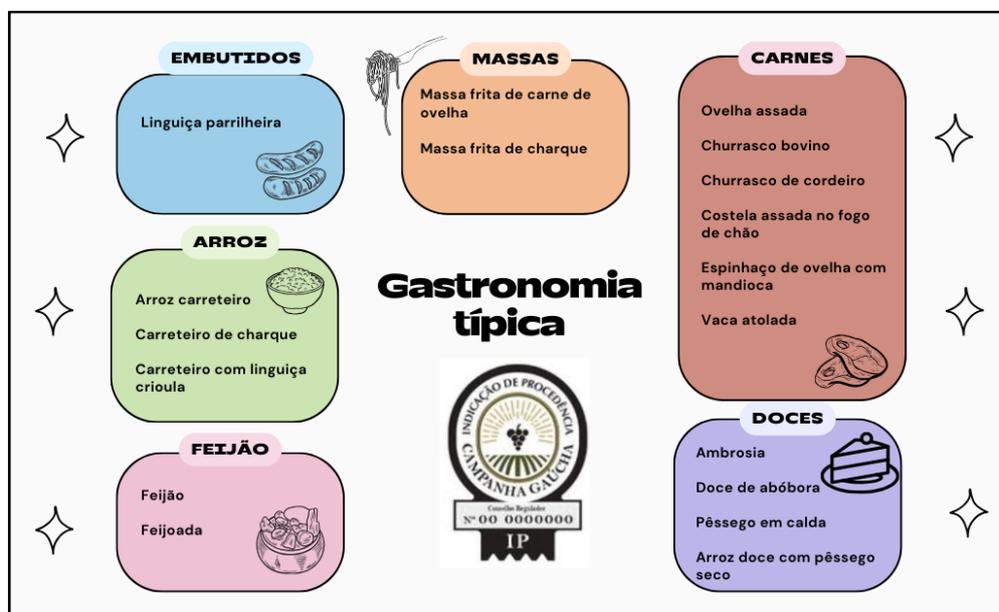
#### **4.2 Gastronomia da fronteira**

A Campanha Gaúcha é o território dos pampas, ao longo da fronteira com o Uruguai. Sua identidade é marcada pela vida campeira nas estâncias e pelos tropeiros, o que pode ser evidenciado ainda hoje na relação com a pecuária extensiva e a presença dos cavalos. Elementos da paisagem também são marcantes na construção dessa identidade, em especial campos do bioma pampa. O "gaúcho" representa a cultura da Campanha Gaúcha, um tipo social forjado a partir da mistura de culturas indígenas, espanhola e portuguesa, também comum ao Uruguai e à Argentina, e se tornou mito na construção da identidade deste território (Heidrich, 2012).

Outro ponto importante no processo de construção da Campanha Gaúcha, que também vai trazer contribuições na gastronomia, foi o Ciclo dos Tropeiros, na primeira metade de 1700. Os tropeiros eram responsáveis por levar mercadorias do norte da Argentina ou Colônia de Sacramento no Uruguai para o centro do Brasil. O ciclo dos tropeiros é considerado um dos principais responsáveis pela colonização do interior do RS e também por uma maior integração da região com o restante do país via continente, ao criar rotas de transporte alternativas ao litoral (Silveira, 1988).

Os vastos campos propiciam a criação pecuária bovina e suína, o que se apresenta na gastronomia com a presença do churrasco de costela e do pernil de ovelha. Esses alimentos populares são sempre acompanhados por salada de tomate com cebola, repolho e batata. Outro prato marcante é o arroz carreteiro, preparado à base de arroz com charque (Ceretta, 2012). De acordo com os participantes da pesquisa, os pratos típicos são apresentados na figura 8 (p. 653).

**Figura 8** - Gastronomia típica associada à IP Campanha Gaúcha



Fonte: autoria própria (2024).

Em relação aos pratos com arroz, a principal diferença está no tipo de carne presente. No caso do carreteiro, o arroz é cozido com carne e temperos, enquanto a versão do carreteiro de charque é elaborada contendo carne seca salgada (o charque). A outra variação substitui as carnes pela linguiça crioula. A presença do charque e da linguiça é uma herança do período colonial e das estâncias da região, no chamado Ciclo do Charque, que ocorreu no Sul do Brasil de forma concomitante ao Ciclo da Mineração no sudeste do país, sobretudo em Minas Gerais. Os embutidos também eram produzidos nas estâncias para consumo local. Esses embutidos também estão presentes no feijão ou feijoada, que com frequência acompanha as carnes e o carreteiro.

Também foi possível identificar como prato típico as massas, que em geral são fortemente associadas à gastronomia italiana. Todavia, uma diferença marcante é que as massas consideradas típicas na fronteira são aquelas representadas pelo macarrão fino *al dente* cozido juntamente com a carne de ovelha ou do charque. É interessante observar que as massas não eram listadas em estudos anteriores sobre a gastronomia típica da região (Bairros & Ceretta, 2016), mesmo assim permaneceram no imaginário dos habitantes e chefs locais - assim como os risotos na gastronomia italiana. As carnes são um elemento do espaço do comestível que foi introduzido pelos grupos humanos. À medida do tempo, as carnes passaram a compor outras dimensões

sociais da alimentação, influenciando o sistema alimentar e passando a integrar os hábitos de consumo e a identidade local. Assim, o preparo das massas, que são um prato relativamente novo, integrou um dos pilares dessa identidade da fronteira e passou a ser reconhecido como representativo da sua gastronomia.

As carnes são definitivamente o principal elemento gastronômico da região, e podem aparecer como ingrediente, acompanhamento, ou prato principal. Como prato principal, as carnes são elaboradas de diferentes formas e a partir de pedaços diversos: a ovelha assada, o churrasco na brasa, o fogo de chão, o espinhaço de ovelha cozido e finalizado com molho e mandioca, e ainda, a vaca atolada (cozido de carne e mandioca). Os embutidos, como a linguiça parrilheira, também são assados na brasa. O churrasco para o gaúcho é, ao mesmo tempo, uma forma de manter viva e cultivar as tradições e também tem forte apelo social, estando ligado à confraternização entre amigos e familiares, além de festas em geral (Zamberlan et al., 2009). O churrasco também possui diferentes formas de preparo, o que está atrelado aos espaços dos hábitos de consumo e seus rituais e também ao sistema alimentar e suas estruturas tecnológicas e sociais. Assim, no tradicional churrasco de fogo de chão, a carne bovina é assada em valas que são abertas na terra, da forma como era preparado nas estâncias com a disponibilidade de estrutura que existia na época. Ao mesmo tempo, também podem ser encontradas diferenças significativas entre o churrasco no sul do Brasil e o elaborado do outro lado da fronteira, no Uruguai e Argentina - o assado que é preparado na parrilla (Bairros & Ceretta, 2016; Zamberlan et al., 2009). Tais distinções evidenciam os modelos alimentares, a partir da sinergia das dimensões sociais da alimentação, ambiente e espaços de liberdade, que são indissociáveis da cultura (Poulain & Proença, 2003).

Passando para a sobremesa, as opções de doce trazem preparados com ovos e leite, como é o caso da ambrosia, ou com frutas, como a abóbora ou o pêssego em calda de açúcar e especiarias, ou ainda o arroz doce, cozido com pêssego seco. Os alimentos identificados são semelhantes a outros estudos e referências (Bairros & Ceretta, 2016; Lessa, 1999). A elaboração das sobremesas também passa pela cultura das estâncias. No caso dos doces com ovos, é presente a herança portuguesa de criar doces a partir das gemas restantes, pois as claras eram usadas para engomar as roupas. É interessante observar que a tradição doceira da região da fronteira é reconhecida: Pelotas, um importante município da região, é indicação geográfica para os doces

(figura 2) e a "tradição doceira da Região de Pelotas e Antiga Pelotas" foi reconhecida como patrimônio imaterial do Brasil em 2018.

Um movimento recente traz a valorização da gastronomia da fronteira, em sinergia com a enogastronomia, como forma de promoção regional. A exemplo disso está o Fronte(i)ra, um festival binacional de enogastronomia realizado desde 2014 em Santana do Livramento e Rivera (Uruguai), região conhecida como fronteira da paz. Todavia, estudos ainda mostram uma lacuna em estabelecimentos da região utilizarem elementos da gastronomia da fronteira, principalmente valorizando o sistema alimentar e o espaço culinário tradicional em elementos como o uso do fogão à lenha e o churrasco em fogo de chão (Sampietro-Pinto *et al.*, 2017).

Como visto anteriormente, a produção de vinhos da Campanha Gaúcha foi reconhecida como indicação geográfica no ano de 2020, para produção de vinhos e espumantes. A IP Campanha Gaúcha tem em seu Caderno de Especificações Técnicas um total 36 variedades autorizadas para elaboração de vinhos tranquilos tintos, brancos e rosados, e de espumantes. No quadro a seguir (Quadro 4) estão relacionadas as variedades mais representativas do ponto de vista de área plantada, conforme dados do Sistema de Informações de Vinhos e Bebidas (SIVIBE), um cadastro nacional da produção vitícola.

#### Quadro 4 - Vinhos da IP Campanha Gaúcha

Produtos	Variedades mais representativas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vinhos tintos</li><li>• Vinhos brancos</li><li>• Vinhos rosados</li><li>• Espumantes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cabernet Sauvignon</li><li>• Chardonnay</li><li>• Gewurztraminer</li><li>• Merlot</li><li>• Pinot Noir</li><li>• Sauvignon Blanc</li><li>• Syrah</li><li>• Tannat</li></ul>

Fonte: elaborado a partir de dados do SIVIBE - Sistema de informações de vinhos e bebidas (2024).

Em relação às possibilidades de harmonização para a gastronomia típica da região (Figura 9, p. 656), se destaca a combinação das carnes, tão presentes na região, com os vinhos Tannat e Cabernet Sauvignon, devido ao seu corpo e estrutura, o que permite uma harmonização por similaridade (Jantsch *et al.*, 2024). Outras possibilidades podem ser exploradas, principalmente

em relação aos doces e na composição de uma refeição.

**Figura 9** - Possibilidades enogastronômicas associada à gastronomia típica na IP Campanha



Fonte: autoria própria (2024).

Com relação aos vinhos, é interessante notar que a inserção de vinhos na Campanha Gaúcha foi anterior à imigração italiana, mas não chegou a configurar região com identidade territorial. Ao mesmo tempo, apesar de ter sido um processo inicialmente exógeno, o vinho foi sendo incorporado à região e estudos mostram que os habitantes locais também já se sentem representados pelo vinho (Flores e Medeiros, 2014). A região apresentou um crescimento expressivo nos anos 2000, considerando a área plantada e o número de produtores, com uma participação crescente de atores locais na vitivinicultura. Todo esse processo culminou no reconhecimento da indicação geográfica. Hoje, os vinhos da Campanha são reconhecidos por uma identidade própria, seja em termos de fatores edafoclimáticos, ou associados a elementos culturais regionais ligados aos produtos em seus rótulos e materiais de comunicação - o que aparece em iconografia, fotografia e linguagem.

## 5 Considerações finais

Observar a gastronomia tradicional é uma forma de reforçar que o ato de comer transcende as necessidades biológicas e está carregado de signos culturais, ao mesmo tempo que

acaba por ser um guardião das identidades e da própria memória social. Nesse sentido, pode ser visto como as diferentes etnias que circularam pelo sul do Brasil continuam vivas e presentes pela gastronomia tradicional, a partir da sinergia de diversos elementos na construção do espaço social alimentar. Também, pode ser percebido como as tradições vêm sendo construídas e adaptadas com o tempo, como no caso da presença de arroz na gastronomia tradicional italiana e de massa na fronteira, além dos utensílios e ritos alimentares.

O vinho aparece como mais um elemento de mediação dessa identidade. Ao longo de sua história, o vinho tem uma natureza agregadora e adaptativa, visto que, desde 5.000 a.C., o vinho saiu da Cordilheira do Cáucaso e vem conquistando o mundo, tomando para si características dos territórios aonde chega e passando também a representá-los. Os casos estudados partem das delimitações das indicações geográficas de vinhos, que são utilizadas, ao mesmo tempo, como recorte para analisar a gastronomia tradicional e também como potencialidade, aliando vinho e comida na enogastronomia. As IGs são processos recentes, com potencial significativo de agregar valor aos produtos e promover o território em sentido amplo, principalmente envolvendo o turismo. Nesse sentido, (re)conhecer a gastronomia tradicional é importante do ponto de vista de patrimônio e preservação das identidades, ao mesmo tempo que podem se tornar atrativos turísticos, trazendo valor aos territórios.

Entre as limitações do estudo está o tamanho da amostra, o que se procurou contornar com a diversificação e com triangulação de dados. Trabalhos futuros podem expandir a amostra e também realizar levantamento dos pratos oferecidos nos cardápios dos estabelecimentos locais, ou trabalhar com a percepção dos turistas sobre o tema. Além disso, outros estudos podem melhor aprofundar alternativas na enogastronomia utilizando outras abordagens, como a análise sensorial, ou ainda com a proposta de harmonizações mais ousadas, que não sejam apenas por similaridade.

Por fim, se destaca a possibilidade de maior valorização de elementos tradicionais no turismo. Nesse sentido, a pesquisa buscou contribuir com a sistematização de informações que possam ser utilizadas por pesquisadores e também profissionais do setor, como chefs, gastrônomos e empreendimentos como um todo, para a elaboração de novas propostas, que dialoguem com o tradicional e possam ser elementos de reconhecimento e de valorização dos territórios.

## Referências

- Amon, D. & Menasche, R. (2008). Comida como narrativa da memória social. *Sociedade e cultura*, 11(1), 13-21. <https://doi.org/10.5216/sec.v11i1.4467>
- Bairros, J. V. de & Ceretta, C. C. (2016) Gastronomy campeira as attractive tourist in State Rio Grande do Sul (RS), Brazil. *International Journal of New Technology and Research*, 2(4), 263558. <https://www.ijntr.org/gastronomy-campeira-as-attractive-tourist-in-state-rio-grande-do-sul-rs-brazil>
- Barbosa, F. D. (2013). *História do Rio Grande do Sul*. Projeto Passo Fundo.
- Barham, E. (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *J. Rural Stud.* 19, 127–138. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00052-9)
- Brillat-Savarin, J. A. (1825). *Physiologie du goût ou méditations de gastronomie transcendante*. Paris: Charpentier.
- Canclini, N. G. (2003). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade* (tradução Cintrão, H.P & Lessa, A.R., Trad.). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Cappellin, P., & Giuliani, M. (2011). Entre a memória e o mercado: famílias e empresas de origem italiana no Brasil. In *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH* (pp. 1–14). São Paulo: USP. [http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1296810699\\_ARQUIVO\\_CAPPELLINGIULIANIXXVIsimposio.pdf](http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1296810699_ARQUIVO_CAPPELLINGIULIANIXXVIsimposio.pdf)
- Carneiro, H. S. (2005). Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. *História: Questões & Debates*, 42 (1), 71-80. Editora UFPR. <http://dx.doi.org/10.5380/his.v42i0>
- Cascudo, L. da C. (2011). *História da alimentação no Brasil* (4 ed). São Paulo: Global.
- Ceretta, C.C. (2012). Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul/Brasil. *Rosa dos Ventos*, 4, 89–99. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547088008>
- Colonetti, C. T., Maffessoni, E. C., Alcântara, P. D., & César, B. (2018). A gastronomia híbrida nos roteiros turísticos da Serra Gaúcha-RS. In: *XVI Encontro sobre os Aspectos Econômicos e Sociais da Região Nordeste do RS*, 1, 48-63. Caxias do Sul, RS: Educus. [https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/ebook-ciclo-economico-vol1\\_2.pdf#page=49](https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/ebook-ciclo-economico-vol1_2.pdf#page=49)
- Corner, D. M. R., & Angelo, E. R. B. (2008). O patrimônio cultural imaterial sob a perspectiva da gastronomia. In *Anais do V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*.

5. [https://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur%20eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_5/trabalhos/arquivos/gt13-05.pdf](https://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt13-05.pdf)

Dallabrida, V. R., Baukart, K. S., & Guinzani, W. (2020). Signos distintivos territoriais e indicação geográfica: uma avaliação de experiências com a aplicação de instrumental metodológico. *Interações (Campo Grande)*, 21 (1), 195-211. <https://doi.org/10.20435/inter.v21i1.2635>

Diez Garcia, R. W. (2003). Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. *Rev. Nutr.* 16 (4), 483-492. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732003000400011>

Falcade, I. (2011). *A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo da Indicação de Procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos Pinto Bandeira e Monte Belo do Sul (Brasil)*. [Tese de Doutorado em Geografia, Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/36052>

Falcade, I. & Mandelli, F. (1999). *Vale dos Vinhedos: caracterização geográfica da região*. Caxias do Sul: UCS; Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho. <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/busca-de-publicacoes/-/publicacao/538724/vale-dos-vinhedos-caracterizacao-geografica-da-regiao>

Figueiredo, F. B. (2009). Gastronomia e hibridismo cultural de restaurantes italianos em Gramado RS: Estudo de caso. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 3(1), 111-123. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/191.pdf>

Flores, S. S., & Medeiros, R. M. V. (2014). Ruralidades na compreensão dos territórios do vinho e sua identidade. *Campo-território: revista de geografia agrária*. 8 (15). <https://doi.org/10.14393/RCT81517339>

Flores, S. S., Machado, V. D. S., Valduga, V., & Medeiros, R. M. V. (2014). L'Italie au dehors de l'Italie: un autre regard sur la viticulture italienne et ses répercussions au Brésil. *Territoires du vin*, 6 (1). <https://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=799>

Flores, S.S. & Falcade, I. (2022). Territorial sustainability and geographical indications: a proposal for factors to assess opportunities and barriers in GIs. *Rev. Bras. Gestão e Desenvol. Reg.*, 18 (3). <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v18i3.6146>

Friço, M. S., Saraiva, C. N. D. O., & Lunardi, R. (2021). Culinária dos imigrantes italianos no Brasil: um legado sem herdeiros?. *Rosa dos Vent.*, 13(04), 988-1007. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i4p1008>

Gastal, S., Silva, A.S. & Beber, A.M.V. (2016) Gastronomia em Porto Alegre, RS: a presença do sanduíche aberto. In *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo*.

Gimenes, M. E. S. G. (2010). Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística. In Panosso Netto, A. & Gaeta, C. (Orgs.). *Turismo e Experiência*. São Paulo: Editora Senac. P. 187-200.

Heidrich, Á. L. (2012). Aspectos culturais e ideológicos da construção da regionalidade gaúcha. In Verdum, R.; Basso, L.A. & Suetergaray, D.M.A. (org.) *Rio Grande do Sul: paisagens e territórios em transformação*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012. 2. ed. p. 243-260. <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/218552/000869913.pdf?sequence=1>

Jantsch, L., Flores, S. S., & Vale, Z. D. N. (2024). Local gastronomy and wine geographical indications (GIs): Framework for identifying pairing potential. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100856. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100856>

Lessa, B. (1999). *Do pampa à serra: os sabores da terra gaúcha*. Senac Nacional.

Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001–2020. *Sustainability*, 13(22), 12531. <https://doi.org/10.3390/su132212531>

Lobo, P., & Ferreira, I. (2019). A publicidade com o argumento na origem. Uma abordagem exploratória das marcas cidade do Porto e Vinho do Porto. *Media & Jornalismo*, 19(34), 181-191. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_34\\_13](https://doi.org/10.14195/2183-5462_34_13)

Lovera, V. (2016). Gastronomia, regionalidade e identidade na Serra gaúcha. 96 f. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-graduação em Letras, Cultura e Regionalidade, Universidade de Caxias do Sul (UCS) Caxias do Sul, RS, Brasil. <https://repositorio.ucs.br/handle/11338/1436>

Mintz, S. W. (2001). Comida e antropologia: uma breve revisão. *Rev. bras. Ci. Soc.*, 16 (47), 31-42. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092001000300002>

Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 6692. <https://doi.org/10.3390/su13126692>

Peccini, R. (2008) Sagu. História da alimentação. Site de pesquisa desenvolvido pelo grupo de estudos em História da Alimentação, dos cursos de graduação e pós-graduação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). [http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/artigos/Artigos\\_PDF/Sagu.pdf](http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/artigos/Artigos_PDF/Sagu.pdf)

Peccini, R., & Tomazzoni, E. L. (2013). As contribuições do sistema gastronômico galetto al primo canto para o patrimônio cultural e para o desenvolvimento turístico de Caxias do Sul (Brasil). *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos (ABET)*, 3(1), 13-24. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3031>

Perini, K. P., & Gastal, S. (2017). Italianidade como herança cultural: a gastronomia de imigração na região turística da Serra Gaúcha. *Revista Turismo Estudos e Práticas (RTEP/UERN)*, 6 (Número Especial), 78-100.

<https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/122>

Poulain, J. P., & Proença, R. P. D. C. (2003). O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. *Rev. Nutr.*, 16 (3), 245-256. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732003000300002>

Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. In Hjalager, A.M. & Richards, G. *Tourism and gastronomy* (pp. 17-34). London: Routledge.

Sampietro-Pinto, L., Santos, E.de O. Thomé-Ortiz, H., Aguirre-González, N. A., & Rose-Jasper, J. (2017). A gastronomia regional no turismo rural da metade sul do Rio Grande do Sul. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5(2), 205-220. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2017v5n2ID10966>

Silveira, E. B. (1988) Tropeiros: quem eram e o que faziam?. Associação Brasileira dos Organizadores de Festivais de Folclore e Artes Populares (ABrasOFFA) URL <http://abrasoffaong.blogspot.fr/2011/06/tropeiros-da-vacaria.html>

Tonietto, J. (2003). Vinhos brasileiros de 4ª geração: o Brasil na era das indicações geográficas. In: Embrapa Uva e Vinho. *Comunicado técnico*, 45. <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/26009/1/ComT45.pdf>

Tonietto, J., Falcade, I., Guerra, C. C., & Zanus, M. C. (2022). As Indicações Geográficas de vinhos do Rio Grande do Sul. In: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). *Indicações Geográficas do Rio Grande do Sul registradas até março de 2021* (pp.71-96). Brasília: MAPA/AECS. <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/indicacoes-geograficas-do-rio-grande-do-sul-registradas-ate-marco-de-2021.pdf/view>

UNWTO (2023). Gastronomy and wine tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: design and methods* (6th ed.). Sage Publications.

Zamberlan, L., Froemming, L. M. S., Zamin, M., Sparenberger, A., Büttenbender, P. L., & Scarton, L. M. (2009). Do churrasco à Parrilla: um estudo sobre a influência da cultura nos rituais alimentares de brasileiros e argentinos. In *Anais do XXXIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD)*. [https://arquivo.anpad.org.br/diversos/down\\_zips/45/MKT2833.pdf](https://arquivo.anpad.org.br/diversos/down_zips/45/MKT2833.pdf)

Zaneti, T. B. et al. (2016) A Cozinha Gaúcha: um resgate dos sabores e saberes da Gastronomia do Rio Grande do Sul. *Ágora (Unisc)*, 18 (1), 28-42. <https://doi.org/10.17058/agora.v18i1.7433>

Zilio, T. A., & Falcade, I. (2022). Perspectivas e desafios para a permanência do cultivo da variedade moscato branco em Farroupilha-RS. *Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul*, (39), 9-34. <https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/boletim-geografico-rs/article/view/4459>

**Artigo recebido em: 07 de novembro de 2024.**

**Avaliado em: 30 de novembro de 2024.**

**Aprovado em: 09 de dezembro de 2024.**