Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea

in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

Paesaggi del vino ed enoturismo in Brasile

La Serra Gaúcha e la Vale dos Vinhedos

Relatore
Ch. Prof. Federica Letizia Cavallo

Laureanda
Beatrice Verga
Matricola 835867

Anno Accademico
2015 / 2016

Bisogna sempre essere ubriachi.

Tutto qui: è l'unico problema.

Per non sentire l'orribile fardello del tempo che vi spezza la schiena e vi piega a terra *dovete ubriacarvi senza tregua.*

Ma di che cosa? Di vino, di poesia o di virtù: come vi pare. Ma ubriacatevi.

E se talvolta, sui gradini di un palazzo, sull'erba verde di un fosso, nella tetra solitudine della vostra stanza, vi risvegliate perché l'ebrezza è diminuita o scomparsa, chiedete al vento, alle stelle, agli uccelli, all'orologio, a tutto ciò che sfugge, a tutto ciò che geme, a tutto ciò che scorre, a tutto ciò che canta, a tutto ciò che parla, chiedete che ora è; e il vento, le onde, le stelle, gli uccelli, l'orologio, vi risponderanno:

"E' ora di ubriacarsi! Per non essere schiavi martirizzati dal tempo, ubriacatevi, ubriacatevi sempre!"

Di vino, di poesia o di virtù, come vi pare.

Charles Baudelaire

INDICE

Introduzione..... 4

I. Immigrazione e viticoltura nel Sud del Brasile: un'eredità italiana?

I.1 L'immigrazione italiana in Brasile: un inquadramento storico …… 7

I.2 Immigrazione e identità culturale: italiani del Brasile o brasiliani di origine italiana? …... 11

I.2.1 I contesti urbani …… 14

1.2.2 I contesti rurali …….. 17

I.3 Dal porto di Genova a Porto Alegre: immigrazione e viticoltura a Rio Grande do Sul ….. 20

II. Tradizioni e paesaggi del vino in Brasile

II.1 Il vino in Brasile …… 25

II.2 I paesaggi del vino in Brasile …… 27

II.2.1 La Campanha Gaúcha …… 31

II.2.2 Il Planalto Catarinense ……...…… 34

II.2.3 La Vale do São Francisco ……..…… 39

II.4 Le Feste dell'uva e le tradizioni del vino come basi culturali dell'enoturismo …… 42

II.5 Tradizioni a confronto: feste del vino e feste della birra ……..…… 45

II.5.1 L'immigrazione tedesca in Brasile e la diffusione delle birrerie ……...…… 49

III. L'enoturismo in Brasile: un quadro d'insieme

III.1 Il fenomeno dell'enoturismo ……...…… 54

III.2 I profili dell'enoturista …… 56

III.3 L'enoturismo in Brasile ……..…… 60

IV. Il fenomeno dell'enoturismo nella Serra Gaúcha e nella Vale dos Vinhedos

IV.1 La storia della viticoltura nella Serra Gaúcha …….…… 66

IV.2 Il ruolo degli italiani nella viticoltura della Serra Gaúcha ……...……...…… 69

IV.2.1 La viticoltura moderna ……...……..... 74

IV.3 Il paesaggio vinicolo nella Serra Gaúcha come attrattiva turistica …….…… 75

IV.4 L'enoturismo nella Serra Gaúcha ……...…… 81

IV.5 La Vale dos Vinhedos ……...……..… 84

IV.5.1 Il profilo del turista della Vale dos Vinhedos …….....…… 88

IV.6 Itinerari del vino …….....…… 89

IV.7 L'enoturismo nella Serra Gaúcha: punti di forza, criticità, prospettive. …….…… 95

IV.8 Sostenibilità ……....…… 99

Conclusione ……..……...……...…… 103

Bibliografia........…..... 106

Sitografia……..……...……...…… 110

Fonti testimoniali ……..……..……...…… 111

Altre fonti ……..……...……...…… 112

Ringraziamenti.....…. 113

INTRODUZIONE

In questo elaborato mi propongo di presentare il fenomeno dell'enoturismo in Brasile e i suoi paesaggi del vino, mi soffermerò sul ruolo dei migranti italiani nello sviluppo della viticoltura brasiliana, approfondendo nello specifico la regione della Serra Gaúcha e la Vale dos Vinhedos.

La scelta di questo progetto è giustificata da diverse motivazioni. Dopo gli studi in Lingue, durante i quali mi sono concentrata particolarmente sul mondo lusofono, e diverse esperienze di studio in Brasile, desideravo approfondire una tematica legata a questo Paese che mi porto nel cuore. Durante i miei soggiorni in Brasile, ero incuriosita da quella regione che i brasiliani m'invitavano a visitare che chiamano "piccola Italia". Stuzzicata dall'idea di conoscere la cultura locale, che per i brasiliani costituisce una rappresentazione della cultura italiana oltreoceano, ho deciso di dedicarmi allo studio del fenomeno migratorio italiano, strettamente relazionato con la viticoltura brasiliana. Il mondo del vino, all'apparenza così sofisticato, mi ha incuriosito particolarmente tanto da spingermi a ricercare sull'enoturismo in Brasile. Questi luoghi, tanto decantati dai brasiliani sono poco conosciuti nel nostro Paese. Dell'enoturismo brasiliano se ne parla poco, si tratta di un nuovo tipo di turismo che si è sviluppato di recente, con grandi potenzialità e collegato all'immigrazione italiana. Approfondire questa tematica significa ripercorrere un percorso fatto dai migranti italiani che hanno deciso di stabilirsi in Brasile, influenzandone la cultura, i paesaggi e l'economia.

In una prima fase di questo elaborato, accompagnerò il lettore percorrendo il percorso dei migranti che hanno abbandonato l'Italia per il Brasile, attingendo da una letteratura storiografica e antropologica sull'immigrazione italiana, partirò dai motivi che hanno spinto gli italiani a emigrare in Brasile. Perché proprio in Brasile? Cosa li aveva attratti? Cercherò di capire se gli italiani hanno saputo mantenere la propria identità culturale o hanno preferito o hanno dovuto "confondersi" con altre culture, analizzando l'immigrazione italiana in diversi contesti: dalla città alla campagna, concentrandomi sulle grandi difficoltà che gli italiani hanno dovuto affrontare, non solo dal punto di vista economico ma soprattutto da quello socio-culturale, cercando di capire come si sono adattati alla vita nel Nuovo Mondo. Inoltre, parlerò delle motivazioni che hanno portato i migranti a dedicarsi alla viticoltura. Che ruolo aveva il vino per il migrante? Come sono diventati i pionieri della viticoltura brasiliana?

In seguito, dedicherò una seconda parte alle tradizioni e ai paesaggi del vino in Brasile, ricorrendo all'utilizzo di una letteratura geografica, principalmente brasiliana, ma anche di stampo antropologico e storico per l'analisi delle tradizioni del vino. Dopo aver citato qualche dato statistico sul consumo, produzione, importazioni ed esportazioni del vino in Brasile, passerò ad analizzare alcuni paesaggi vinicoli in Brasile, valutando alcuni fattori come la componente del substrato fisico, le tecniche utilizzate per impiantare i vigneti e anche i motivi che hanno portato ad investire nella viticoltura in una determinata regione. Inoltre, farò anche una panoramica sulla componente antropica: le cantine sono un elemento architettonico tradizionale nel paesaggio? O ci sono cantine costruite da architetti professionisti che si distinguono per la loro maestosità o eleganza nel paesaggio viticolo?

Si vedrà inoltre il ruolo fondamentale di una tradizione, quella la Festa dell'Uva, nella nascita dell'enoturismo brasiliano, che verrà confrontata con un'altra tradizione importata dall'Europa: l'Oktoberfest di Blumenau, tradizione dei discendenti tedeschi, i protagonisti della diffusione dei birrifici in Brasile. Ripercorrendo i motivi che hanno portato i migranti tedeschi e italiani a importare queste feste oltreoceano, approfondirò inoltre alcuni aspetti legati al turismo della birra, valutando le analogie e le differenze con il turismo del vino.

Utilizzando una letteratura di settore internazionale cercherò successivamente di definire il fenomeno dell'enoturismo e le tappe che hanno portato alla sua nascita. Con dati statistici tenterò stilare l'identikit del turista del vino. Chi è? O forse meglio dire, chi sono? Cosa si aspettano? Quali sono le loro motivazioni? Non potrà mancare una presentazione dell'enoturismo in Brasile, un nuovo tipo di turismo, che sta crescendo confrontandosi con molte criticità, ma al tempo stesso ricco di potenzialità.

L'ultima fase dell'elaborato sarà invece dedicata all'enoturismo nella Serra Gaúcha e nella Vale dos Vinhedos, oggetto di studio di questo progetto. La letteratura utilizzata sarà molto varia, da fonti storiche per parlare della storia della viticoltura e della nascita dell'enoturismo nella regione, alla letteratura geografica per la descrizione del paesaggio vinicolo, a dati statistici per definire un profilo del turista. Inoltre, utilizzerò diverse interviste che ho svolto personalmente sul campo.

La ricerca sul campo è stata fondamentale per la stesura di questo progetto. Mi sono proposta in questa sezione dedicata all'enoturismo nella Serra Gaúcha di tentare di coinvolgere il lettore parlando di tutto ciò che ha richiamato la mia attenzione durante la mia ricerca sul campo, cercando di rispondere ad alcuni quesiti che mi sono posta

appena ho messo piede nella Serra Gaúcha: la viticoltura in brasile è davvero un'eredità italiana? Com'è nato l'enoturismo? Quali sono le attrazioni della regione? Quanto contano le tracce dell'immigrazione italiana per lo sviluppo dell'enoturismo? Concluderò citando alcuni itinerari del vino e parlando dei punti forza, delle criticità e delle prospettive future dell'enoturismo, valutandone la sua sostenibilità.

Sono rimasta colpita dall'accoglienza che ho ricevuto sul luogo di ricerca, le persone che ho intervistato mi hanno fatto scoprire il mondo del vino, mi hanno tramesso in ogni momento la passione con cui lavorano e il loro interesse nel divulgare informazioni sull'enoturismo. Come mi ha detto qualcuno, "per far conoscere l'enoturismo in Brasile, bisogna solo parlarne". Stendendo questo elaborato mi sento di dare una voce a queste persone, che si sentono un po' diversi dagli altri brasiliani. Sono orgogliosi di essere discendenti italiani, si riconoscono un po' italiani ma che davanti a un'italiana come me, domandano se la lontana Italia è molto diversa da Bento Gonçalves, capitale brasiliana del vino, in cui ad ogni passo si scorgono le tracce dei migranti. La ricerca sul campo, che impronterà gran parte della mia tesi è stata per me un'esperienza unica, che mi ha introdotto al mondo del vino e che mi ha fatto rivivere in un'Italia lontana nel tempo, ancora oggi ricca di elementi legati all'azione degli emigranti.

CAPITOLO I

I. Immigrazione e viticoltura nel Sud del Brasile: un'eredità italiana?

I.1 L'immigrazione italiana in Brasile: un inquadramento storico

L'idea di popolare le terre brasiliane era già diffusa alla fine del diciottesimo secolo, quando il Consiglio Oltremarino aveva capito che per popolare il Brasile era necessario rivolgersi ad altre nazioni, perché il Portogallo non aveva popolazione sufficiente. A partire dal 1808, con l'arrivo della corte portoghese in Brasile, vengono create delle leggi specifiche per incentivare l'immigrazione. Il governo cominciò a reclutare dei veri e propri agenti alla ricerca di migranti europei. Uno dei primi gruppi ad arrivare in Brasile, furono gli Svizzeri, i quali si stabilirono nel 1818 nello Stato di Rio de Janeiro e fondarono la città di Nova Friburgo. Questo primo tentativo non ebbe molto successo, poiché non c'era un'amministrazione che si occupava di gestire i flussi migratori e la permanenza dei migranti in Brasile. Anche altri tentativi nello Stato di Bahia fallirono, ma ebbero successo nello stato di Rio Grande do Sul, quando nel 1824, i coloni tedeschi s'insediarono nella colonia di São Leopoldo.

Verso la metà del diciannovesimo secolo, il caffè era diventato il principale prodotto brasiliano, gli schiavi cominciavano a costare molto, e nacque ben presto la necessità di manodopera straniera. Gli Europei, non erano molto interessati a emigrare in Brasile, e continuavano a preferire altre destinazioni, in particolare gli Stati Uniti.

Il governo brasiliano, al fine di diventare una destinazione allettante, decise di offrire nel 1865 "il pagamento della differenza di prezzo del passaggio fra Europa-Stati Uniti ed Europa-Brasile" (De Boni, Costa, 1987, p.6). Tuttavia, il numero degli Europei, interessati a trasferirsi in Brasile, non aumentò molto, così nel 1867, il governo decise di introdurre una serie di vantaggi: lotto rurale pagato in dieci anni, assistenza medica, assistenza religiosa e viaggio gratuito per il Brasile. Inizialmente, questi vantaggi erano stati pensati per favorire l'emigrazione di svizzeri, tedeschi e inglesi, che però non si mostrarono molto interessanti alla propaganda brasiliana.

L'Italia in quel periodo, stava vivendo una forte crisi economica, che influenzò soprattutto il settore agricolo; molti contadini e lavoratori agricoli cominciarono a

considerare "l'opzione Brasile". La maggior parte arrivava del Veneto, un migrante su tre, circa il 36%, insieme a lombardi, 9,3%; per quanto riguarda il Sud Italia, i campani hanno un valore importante, costituendo più del 12% (Trento, 1981, p.19)[1].

Le ragioni che portarono gli italiani a emigrare in Brasile furono diverse. Innanzitutto, è necessario ricordare che il governo italiano, non ostacolò particolarmente l'emigrazione in Brasile, soprattutto se comparata con la Germania, che proibì l'emigrazione con trasporto gratuito dal 1859 al 1896 e la Francia dal 1875 al 1908 (Trento, 1981, p.16); il Paese stava inoltre vivendo un periodo di forte crisi economica dopo l'unificazione. Spostarsi in Brasile, sembrava quindi una possibilità molto allettante, e perfino la vita nelle *fazendas* appariva "agli occhi di molti meno pesante di quella italiana" (Trento, 1981, p.18). L'idea di trasferirsi in altre destinazioni all'interno del territorio nazionale, in "un'Italia niente affatto unificata" (Trento, 1981, p.18), era difficoltoso quanto trasferirsi in Brasile.

L'immigrazione italiana era inoltre favorita dal governo brasiliano, che si preoccupava di finanziarla direttamente e di stipulare dei contratti con società e privati che prevedessero un pagamento in denaro per ogni migrante che arrivava in Brasile. Questo fece aumentare il numero di agenti che facevano propaganda all'immigrazione brasiliana che lavoravano in Italia. Spesso però, queste società e privati, si preoccupavano solamente di imbarcare il maggior numero di persone, senza preoccuparsi di tutelare i migranti.

Il governo brasiliano avrebbe pagato il viaggio solamente agli agricoltori, ma nonostante ciò gli agenti cercavano di imbarcare più persone possibili, che poi, una volta arrivati in Brasile, si rifiutavano di coltivare la terra, generando il malcontento di autorità e società e allo stesso tempo degli italiani emigrati in cerca di un futuro migliore. Nel 1889, il governo italiano, dovette per questi motivi, sospendere l'emigrazione brasiliana per un paio di anni con il decreto Crispi (Trento, 1981, p.13). Negli anni precedenti alla sospensione, l'emigrazione italiana in Brasile era in auge, e per questo si pensò fosse meglio interromperla temporaneamente. Nel 1902, con il decreto Prinetti (Cenni, 2011, p.236), l'emigrazione viene nuovamente sospesa, questa volta per parecchi anni, costringendo gli italiani ad optare per altre destinazioni.

---

[1] Fonte: Maic, Statistica dell'emigrazione italiana all'estero.

[2] Una presenza significativa di immigrati italiani si registrò anche in altre regioni brasiliane come

Il Brasile, comparato con Argentina e Stati Uniti, non ricevette molti immigrati. Il flusso migratorio brasiliano cominciò più tardi rispetto agli stati appena menzionati. In generale, è possibile affermare che il fenomeno migratorio verso il Brasile avvenne principalmente dal 1887 al 1902 (Trento, 1981, p.9), anno che coincide con la promulgazione del decreto Prinetti. L'immigrazione italiana era già iniziata qualche anno prima, senza però raggiungere numeri considerevoli, contando solamente qualche arrivo sporadico, ma arrivò a superare solo nel 1887 più di 10.000 arrivi annuali (Trento, 1981, p.10). Le aree principali che attirarono gli italiani furono lo Stato di Rio Grande do Sul e lo Stato di San Paolo[2], dove vi era una forte richiesta di manodopera all'interno di *fazendas* di caffè. Secondo le statistiche italiane, gli italiani che entrarono in Brasile dal 1887 al 1902 furono 865.178; secondo i dati brasiliani gli ingressi furono 949.588. Le cifre italiane corrispondono ai rilascio dei passaporti, non considerando chi decideva di partire da porti stranieri, o prima emigrava in altri Paesi europei e poi decideva di cercare la fortuna oltreoceano (Trento, 1981, p.10).

Figura I.1 Propaganda brasiliana in Italia.
(https://i0.wp.com/www.heberger-image.fr/data/images/39712_itc3a1lia_panfleto_estimulando_a_imigrac3a7c3a3o_ao_brasil.jpeg?resize=320%2C449)

[2] Una presenza significativa di immigrati italiani si registrò anche in altre regioni brasiliane come Minas Gerais, Paranà, Santa Catarina, Espirito Santo e Rio de Janeiro. Considerata la vastità del Brasile, l'autrice ha deciso di analizzare in questo lavoro l'immigrazione nelle aree più significative.

Il primo grande flusso è registrato nel 1888, a causa dell'abolizione della schiavitù in Brasile. I proprietari terrieri, avevano una forte necessità di manodopera già dal 1871, quando i figli nati da madri schiave, nascevano come uomini liberi. Dopo il 1888, gli ex schiavi, non avevano più alcun tipo d'interesse a lavorare per i proprietari terrieri. I *fazendeiros* preferivano immigrati europei agli ex-schiavi, per motivi principalmente di origine razziale: gli europei erano una civiltà "civilizzata", composta di persone di razza bianca, che avrebbero contribuito al cosiddetto "branqueamento" (Bertonha, 2004, p.19). Oltre alla motivazione razziale, vi era inoltre, quella economica, poiché agli ex schiavi avrebbero, dovuto garantire un salario molto più alto e condizioni di vita migliori dopo l'abolizione della schiavitù, mentre potevano economizzare con i salari dei migranti europei.

Spinti dalla ricerca di manodopera economica, i *fazendeiros*, contribuivano al pagamento delle spese per la traversata del migrante, sapendo che poi avrebbero potuto retribuirlo con un salario scarso. Il sistema di pagamento, doveva portare in realtà, dei vantaggi sia ai proprietari delle *fazendas* di São Paulo, sia al migrante, e prevedeva generalmente il sistema del cottimo, che però agevolava molto spesso solamente il *fazendeiro*. Le condizioni lavorative dei migranti erano pessime, tanto è vero che spesso il Brasile veniva accusato di praticare una "schiavitù camuffata" (De Boni, Costa, 1987, p.3) e per gli Europei erano molto più attraenti destinazioni come Argentina e Stati Uniti, che dal 1864, proibivano i rapporti di servitù e schiavitù per i migranti.

Altri italiani preferirono stabilirsi negli stati meridionali del Brasile. Il governo brasiliano incentivava l'immigrazione in questi luoghi, in particolare, negli Stati di Santa Catarina, Paranà e, soprattutto Rio Grande do Sul. A chi era interessato a stabilirsi in queste zone, veniva offerto viaggio gratuito per le famiglie fino alla colonia, alloggio, strumenti agricoli, e del denaro per affrontare le spese iniziali, oltre a dei lotti di terreno, che i coloni potevano pagare a rate. Si trattava per lo più di contadini, interessati a lavorare nel settore agricolo e allettati dall'idea di poter possedere un pezzo di terra. Il flusso migratorio verso gli stati meridionali del Brasile, avvenne negli anni Ottanta, diminuendo molto negli anni successivi, a causa della concorrenza delle *fazendas* dello Stato di San Paolo, dove si dirige la "stragrande maggioranza della nostra emigrazione" (Trento, 1981, p.25).

I.2 Immigrazione e identità culturale: italiani del Brasile o brasiliani di origine italiana?

La parola "migrazione" deriva etimologicamente dalla radice latina ME-ARE[3], che significa "passare". I migranti hanno abbandonato l'Italia per *passare* in un altro Paese. Si spostavano verso il Nuovo Mondo, con la valigia piena di nostalgia, quella che i brasiliani avrebbero chiamato *saudade*[4], con la speranza di fare fortuna.

L'italiano al suo arrivo in Brasile, ha dovuto confrontarsi con un mondo completamente nuovo, una cultura differente, una lingua che non conosceva prima. Adattarsi alla nuova terra non fu di certo un'impresa facile, anche perchè i migranti, prima di partire per il Brasile, non sapevano cosa significasse vivere oltreoceano. Non conoscevano le difficoltà che avrebbero incontrato, la cultura locale con la quale avrebbero dovuto confrontarsi, ma erano pieni di speranze e sogni.

Parlare dell'identità culturale del migrante in Brasile è un'impresa ardua, considerando che ognuno ha vissuto esperienze differenti. C'era chi aveva scelto di vivere in città, chi aveva preferito la vita nei campi e in regioni completamente diverse del Brasile. In certi casi alcuni sono riusciti a preservare la propria italianità, altri hanno finito per "confondersi" con altre culture. Facendo una panoramica sulla situazione vissute dai migranti italiani in Brasile, si finirebbe per generalizzare. Per questo motivo, cercheremo di analizzare situazioni differenti, nei contesti che verranno esaminati in dettaglio nei paragrafi successivi. Prima di fare questo, è bene però accennare gli elementi che accomunavano tutti i migranti.

Gli immigrati arrivavano da un'Italia recentemente unificata e ancora non si sentivano italiani, ma s'identificavano come veneti, lombardi, trentini e campani. Chi li identificava come italiani erano i brasiliani, per distinguerli dagli altri gruppi d'immigrati, come tedeschi, portoghesi, spagnoli e polacchi. Pochi di loro conoscevano l'italiano, solitamente si esprimevano comunicando con il dialetto che usavano nella regione di provenienza, soprattutto perché la maggior parte di loro era di origini contadine. Tutti possedevano un forte senso della famiglia e una grande etica del lavoro, che permetteva loro di non pensare alle difficoltà di adattamento che avevano incontrato nella nuova patria. Un altro aspetto che caratterizzava il migrante

[3] Fonte: http://www.etimo.it/?term=migrare

[4] Sentimento di nostalgico rimpianto, malinconia. Fonte: http://www.treccani.it/vocabolario/saudade/

era il forte credo religioso. Proprio attorno alla religione "aveva inizio la ricostruzione del mondo culturale del migrante" (De Boni, Costa, 1987, p.60) e la fede dava loro la forza per affrontare tutte le difficoltà che avevano trovato con l'emigrazione. Basti pensare alla necessità di costruzione di cappelle che avevano provato immediatamente dopo il loro arrivo in Brasile, anche utilizzati come luoghi d'incontro con i connazionali.

Una volta arrivati in Brasile, venivano immediatamente naturalizzati, diventando cittadini brasiliani a tutti gli effetti. Le testimonianze della vita dei migranti nelle città brasiliane, arrivano dalla pubblicazione di giornali scritti in italiano, per lo più di carattere socialista. I giornali italiani pubblicati alla fine del diciannovesimo e l'inizio del ventesimo secolo, mostrano l'ideale di uguaglianza tra tutti i brasiliani, compresi gli italiani neutralizzati. Chi aveva scelto la città, aveva inevitabilmente arricchito la sua identità, confrontandosi con altre culture, non solo con quella brasiliana, ma anche con quella di altri gruppi d'immigrati e di etnie differenti. Erano spesso messi a confronto con altri immigrati, come dimostra questo pezzo pubblicato sulla Sentinella d'Italia[5] (Pereira, Cardoso, 1987, p.294): " Mentre in effetti i tedeschi, anche quando fissavano la propria stabile residenza in un paese straniero, conservano tutti gli usi e i costumi del loro paese, trasmettendo ai figli l'amore per la madrepatria e la lingua tedesca […] gli italiani, invece, si confondono facilmente con gli elementi del paese, abbandonano le tradizioni famigliari, lasciano che i figli dimentichino i paesi di origine, la lingua materna, la cultura dei loro avi". Gli italiani dimenticavano le proprie origini e si sentivano più brasiliani che italiani? Sarebbe sbagliato dare una risposta, probabilmente agli occhi di altri sembrava di sì perché il contesto italiano post-unificazione da cui provenivano non li faceva apparire come una comunità unita. Tuttavia, in città come San Paolo, hanno saputo affermarsi economicamente, hanno creato dei quartieri della città tipicamente italiani e ancora oggi i discendenti di italiani celebrano le proprie origini durante eventi come gli anniversari dell'immigrazione italiana, in cui riaffiorano il senso di appartenenza verso l'identità culturale. E' inevitabile che nell'ambiente interculturale di una grande metropoli, le generazioni successive si sentano più che altro brasiliani di origine italiana che viceversa.

[5] Giornale italiano pubblicato il 21 gennaio 1917.

Chi invece aveva optato per la vita in campagna, ha vissuto situazioni diverse. Le *fazendas* si trovavano molto lontane l'una dall'altra, facendo provare agli italiani un forte sentimento di isolamento. Non si sentivano parte di una comunità, e forse anche per questo, dopo alcuni anni nelle campagne pauliste, optavano per passare alla vita in città, dove perlomeno sarebbero riusciti a stabilire dei contatti con dei connazionali. Il caso più interessante di preservazione dell'identità culturale del migrante, lo troviamo a Rio Grande do Sul, Stato meridionale del Brasile, di cui analizzeremo in dettaglio la regione della Serra Gaúcha. Qui il colono non viveva isolato, ma a stretto contatto con altri italiani e per questo fu molto più facile mantenere un'identità. A differenza di chi si trovava nelle città che aveva ben presto sostituito il dialetto con il portoghese, per comunicare i coloni utilizzavano una lingua *koinè*, basata sul dialetto veneto, regione da cui proveniva la maggioranza dei coloni. Ancora oggi la popolazione locale comunica parlando *Talian,* lingua conosciuta anche dai più giovani, e tramandata di generazione in generazione negli ultimi 150 anni.

E' molto interessante anche fare caso alla toponomastica della regione. Per ricordare la propria patria, gli italiani utilizzarono nomi di località italiane precedute dall'aggettivo Nova. Nacquero così Nova Brescia, Nova Milano, chiamata così dalle prime tra famiglie lombarde che arrivarono nella regione, Nova Padova e Nova Treviso. Molti toponimi, furono in seguito trasformati in lingua portoghese, "durante momenti storici caratterizzati da un forte nazionalismo" (Cristaldi, 2015, p.51).

Nella regione l'identità italiana è utilizzata oggi come strategia di marketing per attrarre turisti che desiderano conoscere molto di più sul fenomeno migratorio italiano e visitare Rio Grande do Sul. Dopo 150 anni le impronte italiane sono ovunque: nella lingua, nell'architettura, nel paesaggio, nelle chiese e perfino nella cultura del vino, principale prodotto della regione. Gli itinerari turistici promuovono la cultura del migrante e attraggono visitatori interessati alla storia della colonizzazione. Il legame con l'Italia è esaltato persino da alcune case vinicole, che negli anni hanno valorizzato la propria origine con campagne pubblicitarie, come per esempio nel caso della cooperativa Garibaldi.

Forse, è difficile per i discendenti d'italiani, nati e cresciuti in Brasile, sentirsi più italiani che brasiliani. La maggior parte conosce l'Italia solamente per *clichè,* pur essendo a conoscenza della regione di provenienza dei suoi avi. Tuttavia, molti non hanno più legami con l'Italia e si sentono a tutti gli effetti brasiliani ma forse per chi vive a Rio Grande do Sul c'è più interesse nel valorizzare la propria origine.

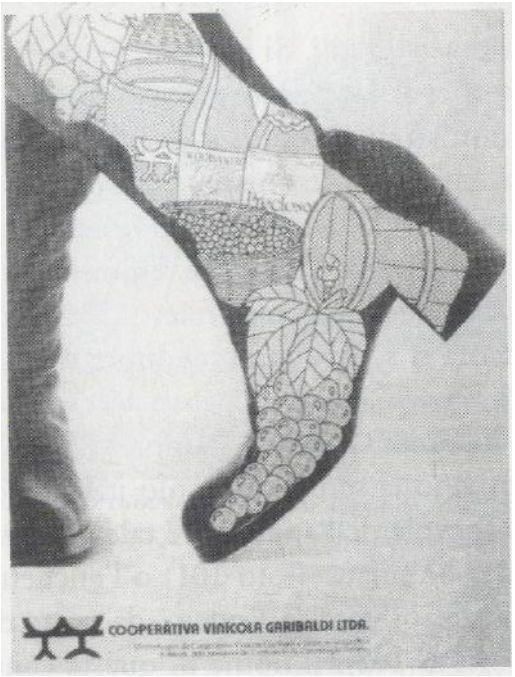

Figura I.2 Vecchia pubblicità della Cooperativa Garibaldi (CRISTALDI F., E andarono per mar a piantar vigneti, Todi, Tau Editrice, 2015, p.117)

I.2.1 I contesti urbani

Con l'indipendenza del Brasile, l'espansione dell'agricoltura e della lavorazione del caffè, si sviluppò anche l'industria. L'evoluzione industriale del diciannovesimo secolo, fu favorita in particolar modo dall'esportazione di caffè e dall'abolizione della schiavitù, che fu in grado di trasformare una gran parte della popolazione, che fino a quel momento si era dedicata alla produzione, in classe consumatrice, rendendo possibile l'ampliamento del mercato (Cenni, 2011, p.252).

All'inizio del ventesimo secolo, solo un terzo degli italiani viveva nelle zone urbane (Trento, 1981, p.30). Alcuni avevano scelto le città fin da subito, mentre altri dopo aver lavorato nel settore agricolo, decidevano di spostarsi alla ricerca di migliori opportunità.

Molti lavoravano come venditori ambulanti, lustrascarpe, venditori di giornali, in particolare oriundi provenienti dal sud Italia, altri erano sarti, calzolai, falegnami, albergatori, camerieri e muratori. Gli italiani non si dedicavano solamente al piccolo commercio, c'erano anche alcuni professionisti come dottori, ingegneri, tecnici, che avevano scelto di emigrare in Brasile.

Non è difficile comprendere perché molti immigrati sceglievano come destinazione urbana la città di San Paolo. San Paolo, con l'aumento dell'esportazione del caffè coltivato nelle *fazendas* pauliste, cominciava a prosperare. Nel 1890 la popolazione era di 64 mila persone, trent'anni dopo era di 580 mila persone, e nel 1934 riuscì ad arrivare a un milione di persone (Bertonha, 2004, p.33). Le statistiche mostrano che dal 1890 al 1930, gli stranieri costituivano la maggioranza della classe operaia di San Paolo e del porto di Santos. Nel 1900, 92% degli operai nello stato di San Paolo erano stranieri e 81% italiani (Hall, Pinheiro, 1981, p.40). Nel 1916, gli abitanti della capitale nati in Italia erano più di 187 mila, circa il 37% della popolazione (Bertonha, 2004, p.33).

Oltre agli italiani, vi erano inoltre molti stranieri come portoghesi, spagnoli, tedeschi, arabi, slavi e molti immigrati provenienti dal nord est del Brasile, poiché già a fine Ottocento, la città di San Paolo era riconosciuta come il maggior centro industriale brasiliano.

Gli industriali favorivano gli europei, perché avevano già avuto esperienza nell' industria europea, e spesso erano molto più preparati dei brasiliani. La manodopera che lavorava nelle fabbriche era principalmente straniera: si trattava di portoghesi a Rio de Janeiro, d'italiani e tedeschi negli stati meridionali del Brasile e d'italiani della città di San Paolo.

A San Paolo, le condizioni in cui lavoravano gli operai erano terribili: arrivavano a lavorare fino a dieci, dodici ore al giorno, alcune volte anche senza giorni liberi durante l'intera settimana. I proprietari delle fabbriche non si preoccupavano minimamente di preservare le condizioni igieniche; gli operai lavoravano senza ventilazione e illuminazione. Anche i bambini lavoravano nelle fabbriche e le donne erano molto discriminate ed erano spesso vittime di abusi sessuali.

Gli imprenditori, potevano permettersi di pagare poco gli operai, vista la grande richiesta di lavoratori da cui potevano attingere. La maggior parte si era spostata dalle *fazendas* alle città, in cerca di situazioni lavorative migliori e gli imprenditori non erano incentivati a migliorare le condizioni lavorative nelle fabbriche, avrebbero immediatamente trovato qualcuno pronto a lavorare ai loro accordi.

Proprio a causa delle pessime condizioni in cui erano costretti a lavorare, gli operai cominciano a organizzarsi in sindacati per difendere i propri interessi e si unirono in associazioni. La maggior parte dei leader di questi movimenti erano italiani (Bertonha, 2004, p.35).

Nelle città, non tutti erano operai o contadini in cerca di fortuna, ma anche persone che facevano parte della piccola borghesia (Petrone P., 1987, p.207). Alcuni imprenditori, decisero di cercare la fortuna in Brasile, trasferendo le proprie fabbriche o avviando delle nuove attività. I paulisti erano abituati a lavorare nelle *fazendas* e preferivano il settore agricolo all'industriale, molti italiani che entravano in Brasile preferivano invece la vita della città a quella nei campi.

Gli immigrati italiani non trovavano difficoltà a lavorare nel crescente settore industriale, principalmente perché i brasiliani, che possedevano le terre migliori e lavoravano nelle *fazendas*, non avrebbero avuto alcun tipo d'interesse a passare al settore industriale. Il resto della popolazione apparteneva a classi sociali inferiori, di cui facevano parte anche gli ex schiavi; gli italiani quindi concorrevano da soli, e questo indubbiamente facilitò il loro inserimento nel settore. Inoltre, avevano già le conoscenze sufficienti per le attività commerciali e industriali, che avevano acquisito in Europa.

Alcuni arrivavano in Brasile, già con le idee chiare e del denaro da investire in nuove attività. Tanti inizialmente, ricevevano un appoggio da parenti o amici che si trovavano in città, che già conoscevano il mondo del lavoro brasiliano. Inoltre, c'era una certa solidarietà tra i migranti italiani e molto spesso l'imprenditore ricercava personale italiano da inserire nella sua attività e andava a reclutarli persino in Italia.

Questo contribuì alla nascita di alcune fabbriche in Brasile, in settori tipici italiani, come per esempio nel tessile. Gli italiani preferivano un campo in cui potevano applicare le conoscenze che già possedevano, e ben presto da piccole imprese nacquero delle vere e proprio fabbriche. In un documento, Antonio Francisco Bandeira Junior (in Cenni, 2011, p.255) scrive "Due cose contribuiscono a questo rapido progresso nello sviluppo industriale: lo spirito imprenditore del paulista e l'immigrazione italiana".[6] L'italiano ha avuto, infatti, un ruolo fondamentale nella costituzione del proletariato manifatturiero nello Stato di San Paolo e riuscì presto a entrare a far parte della classe borghese. Nelle zone urbane dello Stato di San Paolo, l'italiano era chiamato "Carcamano", cioè arricchito, perché si dice che "calcavano la mano" (Petrone P., 1987, p.208), soprattutto nel pesare gli alimenti che vendevano.

[6] Testo originale: "Duas coisas parecem concorrer para esse rápido progresso no desenvolvimento industrial: o espirito empreendedor do paulista e a imigração italiana". Tutte le traduzioni nel presente lavoro sono a cura dell'autrice.

Quest'appellativo ha una nozione prettamente negativa, l'italiano era considerato una persona furba, che imbrogliava il prossimo. Molti italiani, trovarono la fortuna che sognavano, ed ancora oggi è facile trovare un gran numero di imprenditori brasiliani a San Paolo con discendenze italiane (Truzzi, 1987, p.87).

I.1.2 I contesti rurali

Le alternative rurali per i migranti erano le *fazendas* nello Stato di São Paulo, in cui era coltivato il caffè, e le colonie agricole, negli stati meridionali del Paese, come Santa Catarina, Paranà e Rio Grande do Sul. A chi era interessato a stabilirsi in queste zone, era offerto viaggio gratuito per le famiglie fino alla colonia, alloggio, strumenti agricoli, e del denaro per affrontare le spese iniziali, oltre a dei lotti di terreno, che i coloni potevano pagare a rate. Si trattava per lo più di contadini, interessati a lavorare nel settore agricolo e allettati dall'idea di poter possedere un pezzo di terra. Il caso specifico delle colonie agricole nel Sud del Brasile, verrà approfondito nei paragrafi successivi. In questo paragrafo ci concentreremo in particolar modo sulle *fazendas* di caffè nello stato di San Paolo.

Generalmente, chi arrivava a San Paolo con la traversata pagata era una persona molto povera, che non sarebbe mai stata in grado di emigrare in modo indipendente. Il viaggio veniva effettuato in condizioni pessime, paragonabili alle navi negriere. Una volta arrivati al porto di Santos, viaggiavano in treno fino alla città di San Paolo, dove venivano trasferiti all'Hospedaria de Imigrantes, che sembrava un vero e proprio "mercato di schiavi" (Petrone, 1987, p.11). Qui i migranti erano accolti dal *fazendeiro* e, avvalendosi di un interprete, cercavano l'opzione a loro più conveniente.

Come già accennato, la necessità di sostituire la manodopera schiavista era la principale ragione per cui i f*azendeiros* erano interessati ad accogliere gli europei. Si rivelava quindi l'opzione più conveniente per il migrante, soprattutto se paragonata alle colonie, perché al possesso di terre era affiancata un'agricoltura di sussistenza. Il migrante però, prima di poter possedere una proprietà terriera, doveva lavorare molto nelle piantagioni di caffè, al fine di risparmiare per acquistare un terreno. Poteva lavorare nella piantagione con tre diverse opzioni: la mezzadria, il cottimo e il salario. I sistemi di retribuzione più diffusi nelle *fazendas* pauliste erano quelli del cottimo e del salario. Chi sceglieva di essere retribuito con salario, viveva al centro della

proprietà terriera, mentre chi sceglieva il sistema del cottimo, era costretto a vivere in zone molto isolate, al di fuori della proprietà.

Il salario, quando i migranti s'istallavano nella proprietà, era molto più basso di quello all'arrivo in Brasile. Il sistema del cottimo prevedeva la fornitura dell'alimentazione necessaria da parte del *fazendeiros*; l'immigrato doveva occuparsi delle piante, della sarchiatura e del raccolto, ricevendo un salario ogni trimestre per ogni 1000 piante. I coloni erano obbligati a partecipare alla manutenzione della fazenda con tutto il nucleo famigliare, che se non fatta come prevista, poteva portare al pagamento di sanzioni o perfino al licenziamento. L'immigrato aveva quindi un salario monetario e un reddito non monetario, corrispondente all'uso dell'abitazione, la possibilità di coltivare e di allevare animali.

All'interno della *fazenda* era presente un capo squadra, tante volte un ex schiavo oppure un italiano (De Boni, Costa, 1987, p.53). La *fazenda* era un luogo molto isolato, in cui i contadini italiani vivevano reclusi, cominciando il lavoro all'alba e finendolo per la notte. Non era possibile lasciare la fazenda, e l'accesso non era ammesso a persone estranee. Le *fazendas* erano molto lontane l'una dall'altra e i migranti soffrivano molto per questo forte isolamento. Molti immigrati, stanchi della vita nelle *fazendas*, decisero di trasferirsi in città in cerca di fortuna, e considerarono l'esperienza rurale come una soluzione temporanea prima di raggiungere le città.

E' importante ricordare inoltre, che nel primo periodo d'immigrazione italiana, i migranti convivono con l'esistenza della schiavitù. I *fazendeiros* dello Stato di San Paolo, sostituirono gli schiavi con gli emigranti italiani e fecero pressione al governo tanto che nel 1888 arrivarono con la traversata pagata 80.749 italiani (Petrone, 1987, p.11). Le maggiori difficoltà che incontrarono i coloni, furono quelle legata alla mentalità schiavista del *fazendeiro*, che fino a pochi anni prima aveva avuto a che fare con schiavi e non con uomini liberi. Spesso i proprietari delle f*azendas* non capivano l'importanza della famiglia per gli italiani. Erano abituati a decidere persino le sorti dei figli degli schiavi, e non riuscivano a comprendere quando i figli dei migranti abbandonavano le f*azendas* in cerca di un futuro migliore. I proprietari, nonostante la schiavitù fosse già stata abolita da diversi anni, consideravano il migrante al pari di uno schiavo, come se fosse di loro proprietà. Non permettevano agli italiani di assentarsi dal lavoro, di incontrarsi con i vicini, limitando loro persino il numero di animali che questi potevano allevare, e pretendevano a volte di controllare i matrimoni. Duranti i periodi di crisi del caffè, gli orari e le condizioni di lavoro

diventavano estenuanti e alcune volte, i migranti erano "imprigionati" nella fazenda per far sì che questi non scappassero.

A volte, i risparmi dei migranti erano trattenuti dal proprietario terriero affinché questi non potessero abbandonare il lavoro, tanto che gli immigrati, cercavano spesso altre *fazendas* in cui lavorare, che offrissero condizioni migliori.

Gli italiani, erano anche costretti a comprare i prodotti all'interno della *fazendas* in cui lavoravano, dove spesso erano venduti a prezzi molto più alti, e facevano si che il migrante si indebitasse da dover essere obbligato a restare.

Mentre nel periodo iniziale dell'emigrazione italiana nello Stato di São Paolo, non vengono registrate molte lamentele o denunce riguardo le pessime condizioni di vita degli schiavi, cominciarono diverse proteste dopo l'arrivo di 80.000 italiani nel 1888, data che coincide con l'abolizione della schiavitù. Le lamentele alle autorità, l'intervento del governo italiano con il decreto Crispi del 1889, causarono un miglioramento della situazione dei migranti che lavoravano nelle *fazenda*. Le condizioni lavorative migliorano, ma qualcuno preferisce comunque trasferirsi in città, altri invece riuscirono a realizzare il sogno di possedere dei terreni. Nel 1901 nello Stato di San Paolo c'erano 1057 fazendeiros italiani, che possedevano delle piantagioni, che diventeranno 5197 solamente cinque anni dopo, nel 1906 (Cenni, 2011, p.232).

L'italiano, nonostante avevesse ricevuto un trattamento paragonabile a quello dello schiavo, soprattutto nella fase iniziazione dell'immigrazione, non era soggetto a discriminazioni razziali e i proprietari lo elogiavano per la sua forte etica del lavoro. "Il colono ideale- il collaboratore più energico alla straordinaria prosperità dello Stato di São Paulo- è l'italiano" (Magalhães in Petrone, 1981, p.24).

Le condizioni dei migranti migliorarono ulteriormente dopo l'introduzione del decreto Prinetti. Furono successivamente introdotte delle leggi volte a tutelare il colono, come nel 1906, quando il salario, cominciò ad essere pagato mensilmente (Trento, 1981, p.29), e cominciarono a nascere delle associazioni. Nel 1906 viene fondata l'Agenzia Ufficiale di Collocamento, che aveva il compito di tutelare i contratti dei coloni che lavoravano nelle *fazendas* pauliste. Nel 1911, nasce inoltre il Patronato Agricolo, che dava assistenza giuridica gratuita agli italiani. Sempre nello stesso anno nacque la Ripartizione Statale del Lavoro, che inglobò anche l'Agenzia Ufficiale di Collocamento, oltre ad altre istituzioni. L'obiettivo era far si che il migrante lavorasse in buone condizioni di lavoro. Negli stessi anni, nacquero anche in altre città diverse

istituzioni con la finalità di tutelare il lavoratore italiano, e si unirono in Società di Mutuo Soccorso (Petrone, 1981, p.342). Cominciavano anche a essere organizzare i primi veri scioperi, come quello di Ribeirão Preto, nel 1913, in cui vi parteciparono 10.000 coloni, per la maggior parte italiani (Petrone, 1981, p.335), che si lamentavano per la limitazione delle coltivazioni imposte dai *fazendeiros*.
Il migrante, nonostante le iniziali difficoltà, ha avuto un ruolo fondamentale per l'economia locale, influenzando nettamente lo sviluppo economico dello Stato di San Paolo, che divenne "il polo economico trainante" del Paese (Petrone P., 1987, p.204).

I.3 Dal Porto di Genova a Porto Alegre: immigrazione e viticoltura a Rio Grande do Sul

Lo stato di Rio Grande do Sul aveva molte terre che il governo brasiliano era interessato a popolare. Tra il 1875 e il 1914 si istallarono a Rio Grande do Sul tra 80.000 e 100.000 italiani (De Boni, Costa, 1987, p.23). Il governo brasiliano era interessato ai lavoratori agricoli e molti migranti si dichiaravano tali solamente per avere la possibilità di emigrare, ma poi si dedicavano ad altre professioni, che già esercitavano in Italia. Tuttavia, la maggior parte desiderava lavorare nel settore agricolo e voleva possedere delle terre.
La maggioranza dei migranti che si stanziarono in quest'area proveniva dal nord Italia, in particolare dal Veneto, in cui la crisi del settore agricolo fu molto forte, erano originari delle provincie di Vicenza, Treviso, Verona e Belluno. C'era anche qualche lombardo, proveniente più che altro da Cremona, Mantova e Brescia. Pochi erano i milanesi, perché Milano stava vivendo un periodo di crescita economica molto significativa e vi erano parecchie possibilità lavorative. Altra presenza rilevante fu quella dei Trentini, dalla provincia di Trento e qualche friulano, dalle zone montagnose della provincia di Udine. I primi che arrivarono fecero una grande propaganda per la regione, omettendo gli aspetti negativi dell'emigrazione; per questo motivo, ci sono diverse persone che provengono dalla medesima famiglia e molti riuscirono a convincere anche amici e compaesani. Non furono registrati arrivi considerevoli di meridionali, perché quando cominciarono a emigrare, il flusso migratorio italiano diretto a Rio Grande do Sul era molto diminuito.

Cerchiamo ora di tracciare il profilo dei migranti che entrarono a Rio Grande do Sul. Abbiamo detto che si trattava normalmente di agricoltori, che emigravano con la famiglia, con in media aveva 2-3 figli, per dare loro un futuro migliore. Secondo De Boni e Costa (1987, p.34), i dati della colonia di Caxias, che possono essere considerati validi per tutta la regione, mostrano che su circa 1000 uomini, il 66% era tra i 20 e i 45 anni, mentre su circa 800 donne, il 67% aveva tra i 20 e i 40 anni. Questo indica che erano persone piuttosto giovani, probabilmente perché i più anziani erano molto ben radicati alla patria.

I migranti partivano dal porto di Genova, dove spesso erano costretti ad aspettare molto tempo in attesa di imbarcarsi su una nave. Nel porto, c'erano molte persone che approfittavano della disperazione dei migranti per ingannare chi era in partenza. Alcuni chiedevano una grossa somma di denaro come cauzione in cambio di documenti falsi, e accadeva spesso che "gli agenti dell'immigrazione inviano i viaggiatori giorni e perfino settimane prima della partenza, con l'obiettivo di essere letteralmente spennati"[7] (Cabrini in Saldanha, 2013, p.22). Non potendosi permettere un albergo, erano costretti a dormire in strada, a volte anche per intere settimane.

Le informazioni sulla traversata provengono da testimonianze orali tramandate di generazione in generazione: i migranti potevano portare con sé 100 kg di bagagli e oggetti personali. Sulla nave, avevano a disposizione delle cuccette, nel caso di bambini erano occupate da più di uno di loro. Le razioni di cibo erano molto scarse: il menù prevedeva pane fresco, riso o pasta tutti i giorni, carne fresca o conservata, con piselli o fagioli, cinque giorni la settimana. I bambini fino a cinque anni ricevevano un quarto di porzione, fino a dieci anni, ne avevano diritto a mezza (Cabrini in Saldanha, 2013, p.22). Durante il viaggio le epidemie erano piuttosto frequenti e chi non sopravviveva, veniva lanciato in mare.

Gli italiani sbarcavano a Rio de Janeiro, dove venivano immediatamente registrati all'Agenzia dell'Immigrazione, ed erano successivamente portati alla Casa dos Imigrantes, sulla Ilha das Flores, dove stavano in quarantena. Da Rio de Janeiro, si imbarcavano per Rio Grande do Sul e raggiungevano Porto Alegre in una decina di giorni, da dove poi proseguivano il viaggio a piedi o con dei muli.

[7] Testo originale: "Os agentes de imigração enviam os viajantes dias e até semanas antes da partida, a de que fossem literalmente depenados".

Le prime colonie fondate dal governo brasiliano nel 1870 furono Conde D'Eu e D. Isabel, attualmente corrispondenti alle città di Garibaldi e Bento Gonçalves. In seguito, nacquero anche Nova Vicenza, oggi Farroupilha e Nova Trento, oggi Flores da Cunha.

Il governo brasiliano dava ai coloni una regione di foresta vergine. I lotti di terra misuravano dai 15 ai 30 ettari (De Boni, Costa 1987, p.33), ma i migranti potevano anche decidere di comprare un quarto o perfino un ottavo del lotto, secondo la loro disponibilità economica. La colonia veniva divisa in *Linhas*, che formavano delle strade rettilinee, che confinavano con i lotti di un'altra *traversa* (Cristaldi, 2015, p.41). L'abitazione del colono si trovava vicino alla strada e generalmente venivano stanziati sulla stessa *Linha* tutti coloro che provenivano dalla medesima regione.

Quando arrivavano in Brasile, i coloni, rimanevano spesso disillusi. Erano partiti per "catare la cuccagna" (Saldanha, 2013, p.21) allettati dall'idea di possedere delle terre, e non si aspettavano di arrivare e trovare foreste vergini da disboscare. L'avvio delle coltivazioni non fu facile, considerando che si trovavano anche in un luogo in cui il clima e il suolo erano completamente diversi da quello italiano. Durante il viaggio gli italiani portarono con sé diversi semi con la speranza di poterli coltivare una volta arrivati in Brasile, normalmente erano legumi, cereali e piante d'uva. I prodotti principali delle colonie italiane erano, infatti, grano, vino e mais (Cristaldi, 2015, p.56). I coloni tendevano a evitare la monocoltura e preferivano coltivare tutti i prodotti sopra citati, anche perché inizialmente la coltivazione era principalmente per il consumo domestico.

I motivi che portarono gli italiani a dedicarsi alla viticoltura furono diversi. Innanzitutto gli italiani, provenivano da regioni in cui la viticoltura era un fenomeno importante, e questo facilitò loro perché conoscevano già le tecniche di viticoltura. Inoltre, era necessario differenziarsi da altri immigrati, dai tedeschi, che si erano dedicati principalmente alla coltivazione di cereali. La policoltura, incentivata dal governo di stato, aveva portato alla concorrenza dei prodotti nazionali. Per questo, anche il governo cominciò a favorire la viticoltura intrapresa dai coloni italiani (Ribeiro, 2002, p.77). Non bisogna dimenticare però il ruolo fondamentale del vino nell'identità del migrante italiano. Il vino gli ricordava l'Italia, lo accompagnava durante i pasti, e lo aiutava ad affrontare le difficoltà della vita nel Nuovo Mondo. Il vino era una necessità, un bisogno, qualcosa a cui non si poteva rinunciare e che aveva un legame anche con il divino. La fede era un elemento molto importante nella

vita del colono e lo aiutava ad affrontare i momenti di sconforto. Gli italiani al loro arrivo, sentirono ben presto la necessità di costruire dei luoghi di culto, non solamente per pregare, ma anche per ritrovarsi. La domenica era per loro un giorno molto triste, in cui sentivano la nostalgia di casa e per questo avevano la necessità di creare un luogo in cui raccontarsi e ritrovarsi, la cappella. Interessante è la statua della Madonna dell'Uva che si trova in un santuario nella città di Santa Tereza, probabilmente importata da un sacerdote di origini italiane, che rappresenta l'unione dei due elementi fondamentali per i coloni: il vino e la fede. A quanto pare, il culto della Madonna dell'Uva è una tradizione ereditata dall'Italia; alcune testimonianze mostrano la presenza di una cappella dedicata alla Madonna dell'Uva Secca nel comune di Povegliano Veronese (Cristaldi, 2015, p.88).

Figura I.3 Statua della Madonna dell'Uva (DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.41)

Gli italiani avevano portarono in Brasile una vite europea, la *vitis vinifera*, che non era in grado di sopportare il clima locale e le malattie. Ottennero un tipo di vite americana dai tedeschi e iniziarono a coltivarla nella Serra Gaúcha e in poco tempo riuscirono a creare un modesto mercato interno, che si espanse, nonostante le difficoltà dovuta alla mancanza di mezzi di trasporto. La ferrovia che collegava Porto Alegre a Caxias do Sul, costruita nel 1910, permise di estendere il mercato al di fuori

dell'area coloniale. Il vino diventerà il prodotto principale della colonia, e "senza dubbio, la notevole espansione vinicola di Rio Grande do Sul è dovuta ai coloni italiani"[8] (Cenni, 2011, p.158).

Una volta popolate le terre di Rio Grande do Sul, molti migranti italiani e discendenti, decisero di spostarsi verso nord, anche creando dei "nuovi paesaggi dell'immigrazione" (Cristaldi, 2015, p.79) nello Stato di Santa Catarina, Paranà e Mato Grosso. Molti, continuarono a dedicarsi alla viticoltura, avviandola in territori completamente differenti, come vedremo nel capitolo successivo, ma senza riuscire a ricreare gli stessi paesaggi di Rio Grande do Sul, caratterizzati dalla forte presenza dell'italianità dei migranti e dei loro discendenti.

[8] Testo originale: "Sem duvida, a notável expansão vitícola do Rio Grande do Sul se deve aos colonos italianos".

CAPITOLO II

II. Tradizioni e paesaggi del vino in Brasile

II.1 Il vino in Brasile

Il vino è ben lontano dalla quotidianità dei brasiliani, che la considerano una bevanda da consumare in occasioni speciali. Il vino, consumato dalla popolazione che fa parte della classe medio-alta è per molti diventato uno *status symbol* che indica l'appartenenza a una determinata classe sociale.

Secondo Mainella [9] (2011), è possibile distinguere due diverse tipologie del consumatore della classe media: il consumatore che beve vino con regolarità, per lo più in ristoranti, hotel e bar, generalmente interessato al mondo del vino, che si informa sul prodotto leggendo riviste specializzate o sui siti internet ed è interessato a degustazioni e incuriosito dal turismo del vino; il consumatore occasionale, che acquista il prodotto generalmente in supermercati, condizionato dal packaging, il Paese di provenienza e le promozioni, influenzato spesso dal prezzo del prodotto.

Al cliente della classe media, si aggiunge un consumatore di lusso, con la passione per i vini di qualità, che viaggia, scopre e ha una capacità di spesa molto alta per del buon vino.

Il consumo di vino dei brasiliani è quasi nullo se comparato con quello di altre nazioni. Un brasiliano beve appena 2,2 litri di vino l'anno, cifra piuttosto bassa se comparata con i "vicini" Cile e Argentina, che consumano rispettivamente 17,46 lt e 23,46 lt. Nei Paesi del Vecchio Mondo, il primato è invece della Francia con 42,5 lt, seguito dal Portogallo con 41,7lt e dall'Italia con 33,3 lt. Non ci sorprenderà sapere che il maggior consumo pro capite al mondo si riscontra nello Stato del Vaticano, con 54,2lt.[10]

Secondo l'*Instituto Brasileiro do Vinho* IBRAVIN,[11]la maggior parte dei consumatori brasiliani di vini fini sono uomini, che costituiscono circa il 92%. Nel caso dei vini da

[9] Fonte: http://www.aisitalia.it/1grandi-possibilita-per-il-vino-italiano-in-brasile-ce-lo-racconta-gloria-mainella-–-prima-parte.aspx#.WJYEVTe32Xo

[10] Fonte: http://www.terroirs.com.br/panorama-do-consumo-de-vinhos-no-brasil/

[11] Dati statistici reperibili sul sito di IBRAVIN.

tavola, la percentuale di donne aumenta, arrivando al 38% e nel consumo degli spumanti prevale con il 60%.

I vini più consumati in Brasile sono vini da tavola, venduti ad un prezzo medio dai R$ 3,00 ai R$ 7,00.[12] Il mercato dei vini fini è invece dominato da Argentina e Cile, anche se negli ultimi anni è cresciuta anche la domanda di vini fini nazionali, che per molti anni sono stati considerati vini di bassa qualità. Secondo IBRAVIN e la *Federação Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul* (Fecovinho) sembra che il consumatore stia cominciando ad apprezzare il vino, sia di produzione nazionale che importato.

Dei vini importati, secondo IBRAVIN la maggior proviene dal Cile, che arriva quasi a costituire il 50% delle importazioni e dall'Argentina, seguono poi vini italiani, argentini, portoghesi e francesi.

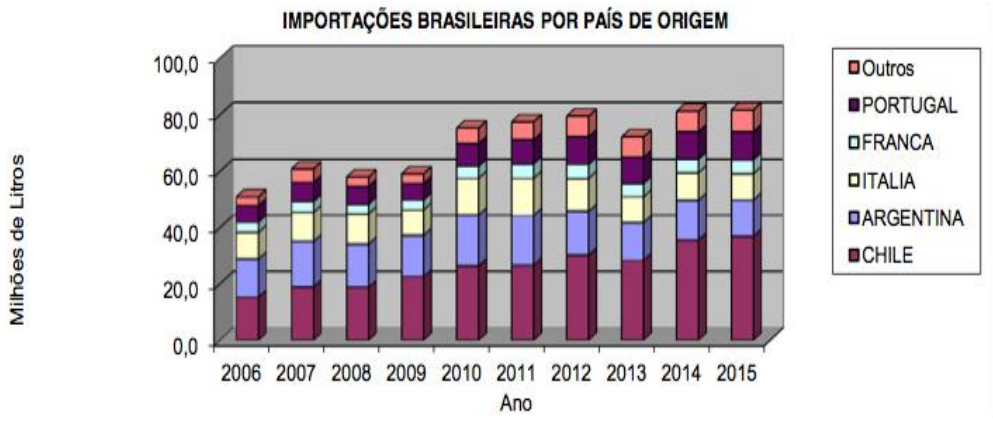

Figura II.1 Importazioni dei vini per Paesi d'origine. Fonte: IBRAVIN

Le esportazioni sono cresciute molto negli ultimi anni, secondo il presidente di IBRAVIN, Dirceu Scottà, anche grazie alla visibilità di cui ha beneficiato il Paese durante la Coppa del Mondo e i Giochi Olimpici del 2016, che hanno contribuito a rafforzare l'immagine dei prodotti brasiliani.[13]

[12] Fonte: http://sebraemercados.com.br/producao-de-vinhos-e-espumantes-no-brasil/

[13] Fonte: http://www.ibravin.org.br/Noticia/exportacoes-de-vinhos-brasileiros-crescem-33-em-valor-no-semestre/170

Relativamente alla produzione, nel 2015 sono stati prodotti 210.308.560 lt di vino da tavola e 37.148.982 vini fini[14]; lo Stato che produce più vino in Brasile è la regione di Rio Grande do Sul, responsabile del 90% della produzione[15]. Di seguito, vengono riportati i dati relativi la commercializzazione di vini fini delle aziende di Rio Grande do Sul.

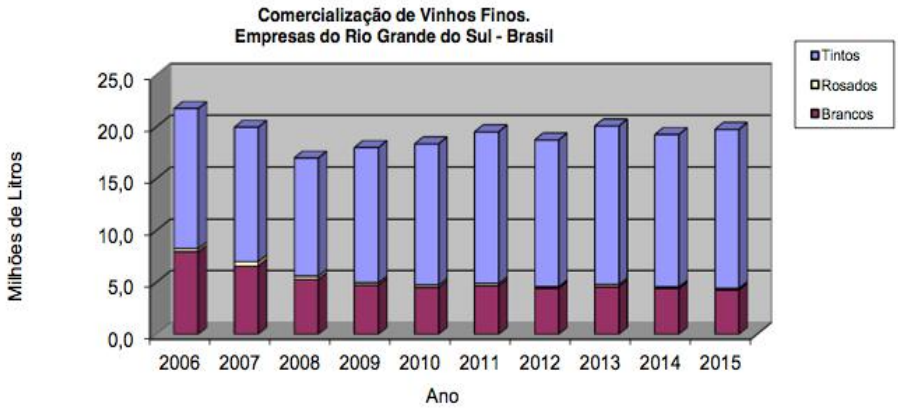

Figura II.2 Commercializzazione dei vini fini prodotti dalle vinicole di Rio Grande do Sul. Fonte: IBRAVIN

II.2 I paesaggi del vino e la viticoltura in Brasile

Le origini della viticoltura brasiliana sono molto antiche: il primo a piantare viti fu un viticoltore portoghese nel XI secolo, Brás Cubas[16], fondatore della città di Santos. Pochi anni dopo l'arrivo dei portoghesi in Brasile, nel 1500, Cubas impiantò dei vigneti a São Vincente, una città sulla fascia costiera. Il tentativo non ebbe molto successo, così il portoghese decise di tentare in un'altra area: l'altipiano di Piratininga, dove oggi si trova la città di San Paolo. Le testimonianze dell'epoca raccontano che il vino prodotto era un verde, ed era necessario farlo bollire perché non si inacidisse. L'uva non riusciva a maturare bene e per questo il vino prodotto era "vino verde" (Tedeschi, Dell'Olio, 2013, p.128). Nel 1626, arrivano i Padri Gesuiti, che si stanziano nel sudest del Brasile. Per loro, il vino era fondamentale per celebrare la Santa Messa e provarono a piantare delle varietà europee, senza però riuscire a

[14]Fonte: https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/9952204/artigo-desempenho-da-vitivinicultura-brasileira-em-2015

[15] Fonte: http://www.ibravin.org.br/noticias/272.php

[16] Fonte: http://www.ibravin.org.br/Historia-do-Vinho-no-Brasil

produrre vino di qualità. Anche un gruppo di azzorriani che si stabilirono a Rio Grande do Sul cominciarono a produrre il primo vino della regione (Dal Pizzol, Inglez de Sousa, 2014, p.83). I tentativi continuarono fino al 1785, quando la Corona Portoghese, proibì la viticoltura perché i prodotti facevano concorrenza a quelli portoghesi. Il vino prodotto rimase quindi per molti anni destinato solamente al consumo domestico.

La viticoltura brasiliana si svilupperà grazie ai coloni italiani nello Stato di Rio Grande do Sul, più precisamente nella Serra Gaúcha, come vedremo nello specifico nel Capitolo IV. La viticoltura in Brasile è, a tutti gli effetti, un'eredità italiana che ha saputo creare dei paesaggi che Falcade (2006, p.134) definisce "tradizionali", legati al processo di colonizzazione italiana, come per esempio i paesaggi della Serra Gaúcha o nella Região do Alto Vale do Rio do Peixe, nel centro-ovest nello Stato di Santa Catarina, dove sono emigrati i discendenti italiani e tedeschi e hanno ricreato dei paesaggi vinicoli tradizionali, simili a quelli della pioniera Serra Gaúcha. La viticoltura negli ultimi cinquant'anni si è estesa anche in altre regioni, formando dei paesaggi differenti da quelli tradizionali, come nella Campana Gaúcha e nelle Vale do São Francisco, tra Pernabuco e Bahia. La viticoltura in Brasile si estende su circa 83700 ha dal Sud del Paese fino alle regioni equatoriali, come possiamo vedere nella figura sottostante.[17]

Figura II.3 Le regioni vinicole in Brasile.
(http://www.ibravin.org.br/Regioes-Produtoras)

[17] Fonte: http://www.ibravin.org.br/Panorama-Geral

Le peculiarità della viticoltura brasiliana sono proprio la sua complessità e diversità: i vigneti si trovano in regioni temperate, dove riposano durante il periodo invernale, ma anche in regioni subtropicali, dove si riescono a fare oltre due vendemmie l'anno.
Le regioni si caratterizzano per paesaggi completamente differenti tra loro: paesaggi tradizionali (Falcade, 2003, p.135), legati ai valori culturali dell'immigrazione italiana e paesaggi in cui la viticoltura è un fenomeno nuovo e rappresenta "l'espressione della società tecnico-scientifica di oggi".[18] Ci sono imprenditori delle regioni in cui il fenomeno della viticoltura è recente che cercano l'esperienza in regioni vinicole tradizionali e viceversa, viticoltori delle regioni tradizionali che impiantano vigneti nelle nuove regioni vinicole per sperimentare nuove tecniche.
Nel paesaggio non vanno considerati solamente gli elementi naturali, ma anche la dimensione sociale ed economica, oltre alla componente culturale (Cristaldi, 2015, p.92). Il paesaggio vinicolo, rappresenta un legame diretto con la popolazione che lo abita e mostra l'interazione tra l'uomo e l'ambiente". Per Dal Pizzol e Pastor (2016, p.66) il paesaggio dei vigneti rappresenta il risultato del lavoro dell'uomo e proprio per questo è importante che venga preservato come patrimonio dell'identità culturale della società, dandogli la stessa importanza dell'ambiente e dell'architettura. Anche Falcade (2003, p.134) concorda sul fatto che i paesaggi vinicoli sono "il risultato del lavoro, testimonianze della cultura, espressione dell'identità di chi li ha costruiti". Secondo la ricercatrice (2003, p.134), è possibile classificare i paesaggi del vino brasiliani basandosi sulla classificazione dei paesaggi di Fabienne Joliet (ITV, 2002, p.4), che raggruppa i paesaggi in cinque diverse tipologie:

- *Terrazze di vigneti*: vigneti, con o senza muri, disposti in linee orizzontali o curve, su diversi livelli, opera dell'ingegneria umana.
- *Intarsio di vigneti*: vigneti in cui vi è un gioco di linee, dovuto alle diverse orientazioni delle piante (oblique o dritte) segno di una profonda conoscenza del territorio, cultura antica e complessa.
- *Onde di vigneti*: vigneti che seguono linee verticali in cui i filari della vite sono disposti a onde.
- *Mare di vigneti*: il paesaggio si caratterizzano per l'estensione di vigneti che sembrano andare oltre l'orizzonte.

[18] Testo originale: " E' bem a expressão da sociedade técnico-cientifica dos dias atuais"

- *Mosaico di vigneti*: quando la viticoltura è affiancata ad altri tipi di coltivazione o alla presenza di aree non disboscate e crea un gioco di colori.

Figura II.4 Tipologie di paesaggi dei vigneti secondo Joliet: (dall'alto verso il basso) terrazze di vigneti, intarsio di vigneti, onde di vigneti, mare di vigneti, mosaico di vigneti.(Falcade, 2006, p.134)

Nei prossimi paragrafi, presenteremo alcuni paesaggi del vino brasiliani, analizzando la loro storia e le loro caratteristiche. Considerata la vastità del Brasile, sono analizzati gli esempi che l'autrice ha ritenuto più significativi. Vedremo quindi alcune delle principali regioni produttrici: la Campanha Gaúcha, la Vale do São Francisco, il Planalto Catarinense e la Serra Gaúcha, oggetto di studio nel Capitolo IV.

Figura II.5 Le principali regioni produttrici in Brasile (http://www.wakeupthebrazilianinyou.com/img/brazil-wine-regions.jpg)

II.2.1. La Campanha Gaúcha

La Campanha Gaúcha, situata vicina alla frontiera con l'Uruguay, con un'altitudine dai 300 a 500 m e un clima temperato con estati caldi e secchi è una regione adatta alla viticoltura grazie alla sua vicinanza alla fascia tradizionalmente considerata ideale per la viticoltura, tra il 30° e il 50° parallelo. [19] La viticoltura nella Campanha Gaúcha si sviluppa negli anni Settanta dopo che l'azienda vinicola Almadén impianta il primo vigneto nella città di Santana do Livramento. (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.65). In seguito, anche un gruppo giapponese impianta altri vigneti nel Progetto Santa Colina e costruisce una cantina. Negli anni 2000, diversi proprietari terrieri della regione della Campanha cominciarono a dedicarsi alla viticoltura, stimolati della domanda di uva fine, sia dalle vinicole della vicina Serra Gaúcha, sia di quelle della Campanha,

[19] Fonte: http://www.academiadovinho.com.br/_regiao_mostra.php?reg_num=CAMPANHA

come per esempio dalla vinicola Almadén. Anche il gruppo Miolo, già presente nella Serra Gaúcha, investe nella viticoltura della Campanha a cui si aggiungono ben presto anche il Gruppo Salton e la Cooperativa Nova Aliança, sempre provenienti dalla Serra Gaúcha. Il Gruppo Miolo progetta una moderna vinicola capace di lavorare alla produzione di un vigneto di 150 ha, in cui si coltiva esclusivamente *vitis vinifera* e acquista inoltre la vinicola Almadén con 600 ha di vigneti. Il gruppo Salton riunisce invece 28 produttori che si trovano nella città di Bagè, che coinvolge circa 200 ettari di vigneti, la cui produzione è trasportata nella città di Bento Gonçalves per l'elaborazione.

Nella regione è coltivata solo *vitis vinifera* e la viticoltura si estende indicativamente su 2000 ha (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.64). L'Associação dos Vinhos Finos da Campanha Gaúcha è un'associazione nata con l'obiettivo di consolidare la produzione vinicola della regione e nei progetti futuri c'è anche quello di ottenere l'Indicazione di Provenienza dei vini fini della Campanha.

Nella regione non sono presenti solamente grandi gruppi industriali, sono state diverse le persone che hanno deciso di investire nella viticoltura della Campanha. I viticoltori della regione hanno profili molto diversi tra loto: si tratta d'imprenditori del mondo agricolo o commerciali, liberi professionisti, professori che hanno voluto investire nella produzione di uva o nella loro elaborazione, costruendo cantine. Molti sono imprenditori che già lavoravano nel settore agricolo, senza una particolare tradizione vinicola famigliare, che hanno deciso di investire nella viticoltura, attratti principalmente dalla crescente domanda di uva. La Cooperativa VINOESTE, nella città di Uruguaiana, composta da 50 ha di vigneti affiancati ad una struttura vinicola, riunisce molti di questi produttori (Camargo, Protas, 2010, p.23).

Altri produttori che hanno investito nella regione sono invece viticoltori indipendenti, anche loro attratti dalla crescente domanda di uva, uniti in associazioni per la vendita di uva. In molti di questi casi, ai vigneti non è affiancata una vinicola; alcuni hanno tentato di elaborare il vino artigianalmente, ma senza molto successo e preferiscono che se ne occupino terzi. I produttori e gli imprenditori della regione, devono fare i conti con la forte concorrenza con i vini argentini e dell'Uruguay, a causa della loro vicinanza con le frontiere.

Il paesaggio della Campanha Gaúcha è molto diverso dal paesaggio vinicolo tradizionale, come per esempio da quello della vicina Serra Gaúcha, ed è caratterizzato quindi da grandi proprietà molto estese, in cui lavorano operai

specializzati gestiti generalmente da un proprietario o imprenditore a distanza (Falcade, 2006, p.9). Il sistema di conduzione utilizzato è quello a spalliera, perché compatibile con la raccolta meccanica. I vigneti, che si trovano in un'area pianeggiante sono circondati da colline e costituiscono un paesaggio che può essere ricondotto alla tipologia "mare di vigneti" (Falcade, 2003, p.135).

Figura II.6 Il paesaggio del vino nella Campanha Gaúcha (http://2.bp.blogspot.com/-fYcmGr5L5-s/VdqSE6f1oUI/AAAAAAAAEeg/fUc8axZ0VZw/s640/VINHOS%2BDA%2BCAMPANHA.jpg)

Nella Campanha Gaúcha sono presenti diverse vinicole, alcune di gestione famigliare e altre, come abbiamo visto, gestite da grandi gruppi aziendali. Oltre a grandi vinicole, ne troviamo anche altre di modeste dimensioni tra cui ricordiamo la vinicola Guatambu. Si tratta di una vinicola con 20 ha di vigneti nella città di Dom Pedrito, che ha inaugurato il suo complesso enoturistico nel 2013. Il proprietario, Valter Pötter, di discendenza tedesca e non con una tradizione vinicola famigliare, decise di comprare alla figlia un piccolo pezzo di terra dopo la sua laurea in agronomia. La famiglia scoprì presto il potenziale della regione e dopo pochi anni costruirono una vinicola invece che far elaborare l'uva da terzi. L'architetto Celestino Rossi, che aveva già costruito la vinicola Almaúnica, nella Serra Gaúcha, ha costruito la vinicola con l'obiettivo di valorizzare il meraviglioso paesaggio dei vigneti. Per esaltare il paesaggio, la vinicola è stata costruita orizzontalmente vicino alla maggior parte dei vigneti. L'architetto voleva "un edificio che sembrava essere planato sul paesaggio

con un paracadute".[20] La vinicola è costruita con l'obiettivo di essere funzionale durante le fasi di produzione del vino. Il progetto è molto sostenibile, ci sono dei pannelli solari che generano tutta l'energia di cui ha bisogno, cisterne che raccolgono l'acqua piovana che viene riutilizzata e grandi finestre che permettono di utilizzare la luce naturale. Lo stile della vinicola è "spagnolo": con cortili e giardini interni. Le aree dedicate all'enoturismo hanno uno stile rustico e accogliente con colori forti e molti elementi decorativi, nella struttura sono inoltre presenti grandi spazi adibiti ad eventi con la vista sui vigneti.

Figura II.7 La vinicola Guatambu dall'esterno (http://www.vivendoavida.net/wp-content/uploads/2013/06/061013_1833_GuatambuEst4.jpg)

II.2.2. Il Planalto Catarinense

La regione del Planalto Catarinense si trova nello Stato di Santa Catarina ed è la regione più fredda del Brasile. Il punto più alto della regione arriva a 1800 m e durante l'inverno accade spesso che i verdi paesaggi si tingano di bianco. La regione, che si trova tra le città di Lages, Bom Retiro e São Joaquim, è caratterizzata da grandi canyon, foreste e campi, possiede una temperatura media di 13°C annuale, che durante l'inverno può scendere fino a -14°C. Le temperature medie più basse creano delle condizioni speciali per la viticoltura: i vigneti sono impiantati tra i 900 e i 1400

[20] Testo orginale: "um prédio que parecesse que tinha pousado de paraquedas na paisagem" Fonte: http://revistaadega.uol.com.br/artigo/ate-onde-a-vista-alcanca_9317.html

m d'altitudine[21] e alcune varietà tipiche dei clima freddi come Chardonnay, Sauvignon Blac e Riesling mostrano un grande potenziale. Il suolo, senza pietre e ricco di materia organica, agevola la viticoltura[22] e descrive piccoli rilievi che si alternano con zone pianeggianti. Il sistema di conduzione utilizzato è quello a spalliera, per permettere la raccolta meccanica e il paesaggio rientra nella tipologia "Onde di vigneti".

Figura II.8 I vigneti nel Planalto Catarinense (https://destemperados.s3.amazonaws.com/arquivos/ckeditor/552fe771d985e3.56746162.jpg)

Già a fine anni Novanta si era notato il facile adattamento della *vitis vinifera* nella regione ma la viticoltura si è consolidata solo dopo la creazione *dell'Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude* ACAVITIS fondata nel novembre 2015 (Camargo, Protas, 2010, p.41). Il primo progetto vinicolo fu nella città di São Joaquim, dove venne impiantato un vigneto di 50 ha e costruita una cantina di dimensioni enormi, che cominciò ad attrarre l'attenzione sulla regione, Villa Francioni. In seguito, anche altri imprenditori cominciarono a considerare le potenzialità vinicole locali. La maggior parte di questi ha deciso di investire nella viticoltura per interesse personale.

La produzione della regione si caratterizza per i suoi vini di alta qualità, venduti a

[21] Fonte: http://www.acavitis.com.br/localizacao.html

[22] Fonte: http://revistaadega.uol.com.br/artigo/a-nova-geografia-do-vinho-no-brasil_6120.html

prezzi decisamente superiori a quelli dei concorrenti nazionali e alcune volte anche del mercato straniero. I prodotti sono venduti a un prezzo che varia tra i R$ 40,00 e R$ 100,00 (Camargo, Protas, 2010, p.45), troppo elevati per il consumatore medio. Il prezzo è giustificato dalle difficoltà che incontra la viticoltura nella regione d'altitudine. Alcune volte, quando le basse temperature vengono registrate con molto anticipo, per esempio verso la fine di aprile, la varietà del Cabernet Sauvignon ha difficoltà a maturare, a causa del suo lungo ciclo vegetativo e spesso accade che la produttività si riveli molto bassa e i costi di produzione troppo alti. Alcuni produttori stanno integrando la produzione di vini bianchi e rossi con quella di spumanti, più facilmente commerciabili sul territorio nazionale e accessibili anche al consumatore medio. Come accennato nel Capitolo I, molti discendenti italiani hanno deciso di dedicarsi alla viticoltura in altre regioni, anche a causa della grande concorrenza che si è creata nel corso degli anni nella Serra Gaúcha. Nello Stato di Santa Catarina, molti produttori si sono stabiliti nella Vale do Rio Peixe, in cui hanno costruito dei paesaggi molto simili a quelli della Serra Gaúcha. Altri invece, hanno voluto sperimentatare la viticoltura in territori completamente diversi da quelli della Serra Gaúcha, come nel Planalto Catarinense. La vinicola Leone di Venezia è una vinicola-boutique che lavora esclusivamente con uve italiane. L'idea nasce da un agronomo ed enologo di discendenze italiane, Saul Bianco che ha studiato enologia in Italia, a Conegliano. La sua famiglia, originaria di Caxias do Sul, nella Serra Gaúcha, aveva già una vinicola a Rio Grande do Sul. Dopo aver studiato enologia in Italia, Bianco decide di costruire una vinicola nella città di São Joaquim. Il progetto della vinicola è ispirato a Villa Barbaro, dell'architetto veneziano Andrea Palladio, a Maser (Treviso).

Figura II.9 *La vinicola Leone di Venezia (http://ndonline.com.br/files/images/2016/02/18-02-2016-12-02-03-leone-geral.jpg)*

Nella costruzione, che rispecchia lo stile italiano, c'è anche una piccola osteria che propone piatti tipici italiani. L'imprenditore esalta la sua discendenza italiana, non solo dando alla vinicola un nome italiano ma anche stampando sull'imballaggio delle sue bottiglie la scritta "O estilo italiano em territori de Altitude", per accattivarsi i compratori (Cristaldi, 2015, p.119)

Figura II.10 Saul Bianco con una statua del simbolo della vinicola: il leone alato di Venezia (https://i.ytimg.com/vi/TvbaB03E8HU/maxresdefault.jpg)

Figura II.11 L'imballaggio utilizzato dalla vinícola Leone di Venezia. (Cristaldi F., E andarono per mar a piantar vigneti, Todi, Tau Editrice, 2015, p 119.)

Villa Francioni, la vinicola pionera della regione è invece nata da un'idea dell'imprenditore Dilor Freitas, che acquistò nel 2002 una grande areea a 1200 m di altitudine, dove ai vigneti affiancò fin da subito la vinicola (França, Silva, 2014, p.456). La struttura di 4500 m^2 è distribuita su sei piani: riceve l'uva al piano più alto, che viene elaborata ai piani inferiori. Al quarto piano è fermentato il vino, che è condotto da tubi d'acciaio inossidabile ai piani inferiori. L'edificio, che s'impone sul paesaggio, è stato costruito secondo Losso (2010, p.102) come "modello attrattivo per l'enoturismo" e secondo alcuni è stata proprio la maestosa costruzione ad attrarre altri imprenditori. La costruzione si caratterizza per i suoi mattoni e travi a vista e per le sue vetrate, dalle quali è possibile ammirare il paesaggio esterno. Per l'arredamento interno sono stati utilizzati degli oggetti di antiquariato, mobili antichi che ricordano le tradizioni dei coloni europei di São Joaquim che si uniscono all'architettura contemporanea. I vigneti sono impiantati in modo tale da approfittare del drenaggio naturale del terreno e in modo tale da preservare il paesaggio originale e la morfologia del Planalto Catarinense.

Figura II.12 La vinicola Villa Francioni (http://www.villafrancioni.com.br/wp-content/uploads/2016/06/villa-francioni-49-1.jpg)

II.2.3 La Vale do São Francisco

La Vale do São Francisco si trova tra gli Stati di Bahia e Pernabuco, le principali città vinicole sono Lagoa Grande e Boa Vista nel Pernabuco e Casa Nova a Bahia. Si tratta della regione brasiliana pioniera nella viticoltura in condizioni climatiche tropicali. La regione è situata nel tropico semiarido, con un'altitudine attorno ai 350 m, con una temperatura media di 26 °C e un 50% di umidità relativa. La viticoltura nella regione nasce negli anni Sessanta grazie ad alcuni progetti del governo volti a favorire la coltivazione irrigata in ambiente semiarido. Per l'irrigazione viene sfruttata l'acqua del fiume São Francisco, che permette lo sviluppo della viticoltura in tutte le stagioni dell'anno. La viticoltura non ha un periodo di riposo definito e grazie alle particolari condizioni climatiche è possibile realizzare 2,5 vendemmie per anno, programmabili in qualsiasi periodo dell'anno La viticoltura della regione è destinata principalmente alla produzione di vini da tavola, quella di vini fini è invece piuttosto limitata: 12000 ha di uva da tavola contro 12.000 ha di uva fine (Camargo, Protas, 2010, p.96). In percentuale, la regione produce quasi il 95% dell'uva da tavola prodotta in Brasile, e il 15% dei vini fini, rappresentando la seconda regione in Brasile.[23]

Le prime produzioni di vini fini cominciano attorno agli anni Ottanta (Falcade, 2003, p.9) con l'introduzione di piante europee importate dal sud del Brasile.[24] L'espansione significativa della viticoltura avviene verso la fine degli anni Novanta quando diverse grandi aziende si stanziano nella regione, alcune provenienti da Rio Grande do Sul, come il Gruppo Miolo, interessato a produrre vino in una regione tropicale. I vantaggi che offre la regione, se comparata con altre regioni vinicole brasiliane sono diversi: terreni di enorme estensione disponibili a basso costo, mano d'opera economica e un'abbondante offerta d'acqua (Garziera, Carvalho in Zanini, 2007, p.75). L'irrigazione, utilizzando l'acqua di eccellente qualità del fiume São Francisco, è il fattore principale che permette lo sviluppo della viticoltura. Secondo Miranda[25], presidente del *Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco*, ogni vinicola utilizza mediamente 4,5 mila lt di acqua al mese.

---

[23] Fonte: VASF http://www.vinhovasf.com.br/site/internas/valetecnico.php

[24] Fonte: http://www.vinhovasf.com.br/site/internas/valetecnico.php

[25] Fonte: http://www.cartacapital.com.br/revista/907/milagre-de-São-francisco

Secondo l'*Istituto do Vinho* do Vale São Francisco, la viticoltura nella regione ha diverse criticità e sono necessari degli studi dettagliati relativamente alle tecniche di irrigazione e di elaborazione dell'uva e anche per capire qual è il miglior periodo per la raccolta. Con l'obiettivo di affrontare queste problematiche, nasce nel 2006 il *Laboratorio de Enologia da Embrapa*, che in collaborazione con l'*Istituto do Vinho* realizza ricerche scientifiche.

Il paesaggio della Vale do São Francisco è una pianura alluvionale, in cui il suolo grigio-biancastro e il verde della vegetazione del semiarido si sono trasformati in paesaggi vinicoli, grazie all'utilizzo dell'acqua dell'omonimo fiume. I vigneti sono costruiti in parallelo con la pianura, caratterizzata di tanto in tanto dalla presenza di *inselberg* (Falcade, 2003, p.10) e la presenza di alcune *fazendas*. Il sistema di conduzione più utilizzato è quello della pergola, alternato a quello a spalliera, in grado di ridurre i costi di produzione e di migliorarne la qualità. Accanto alla viticoltura si estendono anche coltivazioni di mango, papaia, ananas. Secondo Falcade (2006, p.135) il paesaggio vinicolo della regione rientra nella tipologia di Foliet (ITV, 2002) "Mare di vigneti". Per quanto riguarda l'architettura locale si può dire che le vinicole sono in perfetta armonia con il paesaggio. Non vi sono infatti vinicole di design o di charme come quelle che si trovano in altre regioni, in cui la viticoltura è un fenomeno recente. Si tratta per lo più di *fazendas* immerse nel verde paesaggio della regione, che si fondono con i vigneti e le altre coltivazioni.

Figura II.13 Ingresso vinícola Santa Maria (http://www.cartacapital.com.br/revista/907/milagre-de-São-francisco)

Figura II.14 Inselberg all'interno della Vale do São Francisco (http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfT20AI/as-estruturas-as-formas-relevo-brasileiro?part=2)

Figura II.15 Il paesaggio nella Vale do São Francisco (http://www.blogvinhotinto.com.br/wp-content/uploads/2014/06/vale-sao-francisco-2.jpeg)

II.4 Le Feste dell'Uva e le tradizioni del vino come basi culturali dell'enoturismo

"Questa festa, come tutte quelle le cui finaità è la glorificazione del lavoro, contribuira certamente al miglioramento della produzione dell'uva". [26]

Celeste Gobbato

Diverse sono le feste del vino organizzate nelle regioni vinicole in tutto il mondo che attraggono i visitatori. In Brasile tutto ha avuto inizio nella Serra Gaúcha e più precisamente nella città di Caxias do Sul. Durante il periodo della vendemmia era molto comune organizzare delle feste, durante le quali si ringraziava Dio per il raccolto. Non si hanno molti dati che si riferiscono a queste feste, ma probabilmente furono organizzate fin dai primi anni dopo l'arrivo dei migranti italiani.

La prima Festa da Uva, venne organizzata a Caxias do Sul nel marzo del 1931 su idea di Joaquim Lisboa, che notò che alcuni viticoltori dell'epoca erano passati da coltivare l'uva Isabella, alla *vitis vinifera*. Poiché l'uva Isabella era la più coltivata tra gli anni Venti e gli anni Trenta, egli desiderava mostrare ai viticoltori le possibilità della *vitis vinifera* e pensò così di organizzare un'esposizione (Erbes, 2002, p. 20-21). Lisboa ottenne immediatamente l'appoggio della prefettura e di Celeste Gobbato, all'epoca direttore dell'*Estação Experimental*, e della prefettura e trovò un locale a Caxias do Sul dove organizzarla. Sebbene la prima edizione sia più da considerare un'esposizione più che una festa, si rivelò un vero successo: non ci sono dettagli sul numero dei partecipanti ma le testimonianze dell'epoca dicono che si trattava di un numero rilevante.

L'obiettivo di questa esposizione fu più che altro didattico che commerciale, in quanto si voleva sensibilizzare i viticoltori a preferire la *vitis vinifera*. La Festa da Uva oltre ad essere "un potente strumento educativo" (Ribeiro 2002, p.21), era anche un'occasione per celebrare i risultati degli sforzi dei viticoltori.

L'edizione del 1932 è da considerare un modello per tutte le realizzazioni delle future feste del vino, dove si vede per la prima volta "folklorizzazione e

[26] Testo originale: "Esta Festa, como todas aquelas que visam a glorificação do trabalho, contribuirá, sem duvida, para o melhoramento da produção da uva", Celeste Gobbato, durante il discorso di apertura della prima Festa dell'Uva. Fonte: Erbes, 2000, p. 13)

patrimonializzazione della viticoltura" (Valduga, Viera Medeiros, 2014, p. 13). Durante le feste dell'uva c'erano tre eventi importanti: l'elezione della regina della Festa dell'Uva, un'esposizione agroindustriale e una sfilata di carri allegorici. Erano inoltre organizzati dei concorsi per l'uva e il vino.

I visitatori potevano raggiungere Caxias in treno; il viaggio prevedeva uno sconto del 50% per coloro che si sarebbero recati alla festa (Erbes, 2002, p. 28). Molti desideravano partecipare alla festa, e chi non trovava posto in hotel, era persino disposto a dormire per strada. I visitatori entravano nei padiglioni per degustare uva, vino e succo e chi era interessato, poteva anche vedere i progressi dell'industria locale.

La prima sfilata di carri si svolse con macchinari usati dai coloni per le attività agricole, decorati con uva e rami di vite. C'erano carri che mostravano le fasi di coltivazione dell'uva e dell'elaborazione del vino, e altri che ricordavano le difficoltà che avevano incontrato i migranti al loro arrivo in Brasile. Per le strade si respirava un sentimento di ammirazione, misto a orgoglio; l'identità italiana dei coloni era sbandierata per le strade.

Figura II.16 Sfilata dei carri durante la Festa dell'Uva (ERBES L.C., *A alma de um povo: 7 décadas da Festa da Uva*, Caxias do Sul, Maneco Livraria & Editora, 2000, p.66)

Durante le prime edizioni si erano verificati dei problemi tra cui la mancanza d'igiene e di posti letto. Gli albergatori furono invitati a migliorare la qualità dei servizi offerti, furono aggiunte delle corse extra di treni e c'erano delle imprese che vendevano dei pacchetti turistici per partecipare alla festa. Dopo le prime tre edizioni, per due anni di seguito (1935 e 1936) non furono organizzate altre feste a causa degli alti costi, non solo per l'organizzazione ma anche per i produttori, che per avere uno spazio nei padiglioni dovevano pagare molto. Nel 1937, venne costruito un padiglione apposito per la festa e venne introdotta una novità: anche gli agricoltori di altri prodotti agricoli potevano parteciparvi. Le prime cinque edizioni della Festa dell'Uva segnano una prima fase, in cui l'obiettivo era promuovere la coltivazione delle uve fini, far conoscere i prodotti della Serra Gaúcha nazionalmente, e favorire la loro commercializzazione. Nei successivi tredici anni, dal 1937 al 1950, la festa venne sospesa a causa della guerra, periodo molto difficile per i discendenti italiani. Il Brasile era sotto il regime di Getulio Vargas[27], che aveva istituito con un colpo di stato il cosiddetto Estado Novo (Zanini M., 2007, p.163) caratterizzato da un forte nazionalismo. Inoltre, con la partecipazione del Brasile alla Seconda Guerra Mondiale dalla parte degli Alleati, gli immigrati italiani e i loro figli non erano visti di buon occhio ed erano sospettati di complottare contro la nazione e considerati "traditori" (Ribeiro, 2002, p.138). In questo periodo era proibito esprimersi in italiano nei luoghi pubblici (Zanini M., 2007, p. 164), alcuni toponimi italiani vennero sostituiti con nomi portoghesi, come per esempio la Piazza Dante Alighieri a Caxias do Sul, che venne rinominata Rui Barbosa, e solo negli anni Ottanta riprese il nome originale (Erbes, 2002, p. 41).

Nel 1950, la festa venne ripresa e si celebravano i primi 75 anni della colonizzazione italiana. Fu costruito un padiglione specifico in cui riunirono gli attrezzi, i prodotti artigianali e le fotografie del passato, passaporti, lettere ricevute dall'Italia portati dai migranti in Brasile, costituendo un vero e proprio museo dell'immigrazione italiana. Durante questa edizione, vengono aggiunti alla programmazione eventi come spettacoli di danza e musica. Qualche edizione successiva, in occasione del centenario dell'immigrazione italiana, venne inaugurato un nuovo grande padiglione per la festa,

[27] La dittatura di Getulio Vargas, chiamata Estado Novo (1937-1945), segna uno dei periodi più autoritari della storia del Brasile Fonte: https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia-brasil/estado-novo-1937-1945-a-ditadura-de-getulio-vargas.htm

oltre a quelli già esistenti. L'evento riportò molto successo sia dal punto di vista turistico, che da quello economico per i produttori. La prima domenica della festa, arrivarono 60 mila turisti e più di 6000 persone si fermarono a dormire negli hotel della città (Erbes, 2000, p.83). L'evento era diventato con il passare degli anni sempre più ampio e richiamava molti visitatori interessati a partecipare alla Festa dell'Uva. D'accordo con Ribeiro (2002, p.53) la Festa dell'Uva ha avuto un ruolo molto importante nella società: vi era la necessità condivisa da tutti i coloni di dimostrare chi erano e che cosa facevano e la festa fu in grado di affermare un'identità basata non sull'etnicità, ma sui risultati, il messaggio era "vi mostriamo chi siamo e quanto valiamo".[28] L'evento nasce infatti come un'occasione per festeggiare i risultati ottenuti e per omaggiare i suoi abitanti ma di edizione in edizione si assiste a una vera e propria commercializzazione delle tradizioni che hanno dato origine alla tradizione della Festa dell'Uva. Secondo Falcade (2004, p.192) le feste organizzate in occasione della vendemmia e le Feste dell'Uva segnano la fase embrionale dell'enoturismo nella regione[29]: discendenti di migranti italiani ne approfittano per far visita a parenti e amici. Come abbiamo visto, c'era un certo interesse da parte dell'autorità a migliorare i servizi per accogliere i visitatori: viaggio in treno scontato per chi partecipava alla festa, miglioramento delle condizioni igieniche e degli alloggi disponibili.

II.5 Tradizioni a confronto: feste del vino e feste della birra

Mentre i coloni italiani sono legati alla produzione del vino, l'immigrazione tedesca ha portato alla diffusione delle birrerie nello Stato di Santa Catarina. In questo paragrafo, cercheremo di proporre un confronto tra la festa del vino e la festa della birra, tradizioni importate dai coloni italiani e tedeschi immigrati in Brasile.

A Blumenau, una città di circa 330 mila abitanti[30]nell'entroterra dello Stato di Santa Catarina, viene organizzata ogni anno la più grande festa tedesca in Brasile, l'Oktoberfest di Blumenau. La festa è ispirata all'evento omonimo che si tiene ogni anno a Monaco di Baviera. L'origine sembra risalire al 1810, quando il Re Ludovico I

[28] Testo originale: "o que somos e o quanto valemos"

[29] Vedi paragrafo IV.4

[30] Fonte: http://www.jornaldeblumenau.com.br/?modulo=noticias&caderno=cidade&noticia=02032-ibge-projeta-quase-330-mil-habitantes-para-blumenau

di Baviera sposò la principessa Teresa di Sassonia e organizzò una corsa di cavalli pe celebrare l'occasione. Il successo fu così grande che si decise di ripetere l'evento ogni anno con la partecipazione del popolo. Nel 1840, con il primo treno che trasportava i visitatori, alla festa si aggiunsero altre attrazioni, come mostre di fotografia. La birra, inizialmente proibita, cominciò a essere servita solamente dal 1918. Durante le guerre e le epidemie di colera la festa venne sospesa e venne ripresa solamente nel 1945 da quando si celebra ogni anno. Oggi, riceve indicativamente un pubblico di 7,2 milioni di persone e consuma 6,9 milioni di litri di birra.[31]

I discendenti dei migranti tedeschi, decisero proporre il grande evento in Brasile. La prima edizione risale al 1894, in cui parteciparono 102 mila persone in solamente 10 giorni[32] di festa, che ai tempi corrispondeva a circa metà della popolazione della città. Negli anni successivi, anche gli abitanti delle città limitrofe cominciarono a interessarsi all'evento, tanto che gli organizzatori dovettero pensare ad organizzare la festa in due padiglioni, un padiglione unico non era più sufficiente. Con le successive edizioni, il pubblico non arrivava più solo dallo Stato di Santa Catarina ma anche da altre regioni del Brasile. Oggi Blumenau è la principale destinazione turistica nel mese di ottobre, nello Stato di Santa Catarina.[33]

L'Oktoberfest di Blumenau non è solo una festa della birra ma è anche un'occasione per i suoi abitanti di mostrare la ricchezza culturale della regione.

La festa ha diversi punti in comune con la Festa dell'Uva: entrambe hanno l'intento di far conoscere al pubblico la cultura tedesca e italiana. Per questo, sono entrambe caratterizzate da elementi folkloristici come musiche e danze tradizionali e abiti tipici ai tempi dei coloni.

[31] Fonte: http://www.oktoberfest.net/oktoberfest-statistics/

[32] Fonte: http://www.oktoberfestblumenau.com.br/oktoberfest/historia/

[33] Fonte: http://www.oktoberfestblumenau.com.br/oktoberfest/historia/

Figura II.17 Abiti tipici durante l'Oktoberfest di Blumenau. (http://files.jacytan-melo8.webnode.com/200001960-2ef5a2ff00/foto-1444247656.jpg)

Figura II.18 Sfilata di carri durante la Festa dell'uva di Caxias do Sul (http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/foto/0,,36488649-EX,00.jpg)

Come abbiamo visto, la Festa dell'Uva non è in realtà nata come un'occasione per celebrare la cultura italiana, ma si è trasformata in questo nel corso delle sue edizioni. Qualcuno aveva sentito la necessità di organizzare un evento per mostrare i frutti del duro lavoro dei discendenti italiani, per far conoscere i prodotti e per favorire lo scambio d'idee tra i viticoltori. Aveva quindi un obiettivo educativo. La festa della birra, di creazione molto più recente, è nata più che altro con l'intento di ricreare un

grande evento tedesco in Brasile, mostrare la cultura tedesca e celebrare suoi discendenti.

Oggi, entrambi gli eventi sono l'esaltazione della cultura dei coloni tedeschi e italiani e attraggono turisti da tutto il Brasile. Durante queste feste vengono celebrate delle tradizioni culturali tramandate fin dai tempi dei coloni. Tradizioni reali o finte tradizioni? E' molto difficile giudicare ma è possibile che molte di queste siano state ricreate (o addirittura inventate) con l'obiettivo di rendere affascinanti gli eventi dal punto di vista turistico, considerando che si tratta di tradizioni tramandate di generazione in generazione e che con il passare degli anni si potrebbero essere trasformate. Quel che è certo, è che durante gli eventi incantano i visitatori.

I turisti, per la maggior parte brasiliani, partecipano a questi eventi, desiderosi di conoscere la cultura europea. Generalmente non visitano la città solamente per la festa ma ne approfittano anche per visitare altre destinazioni turistiche all'interno della regione. Secondo una ricerca di Fecomercio de Turismo (2014), i visitatori dell'Oktoberfest di Blumenau integrano spesso un soggiorno balneare alla festa della birra e le destinazioni principali sono Balneário Camboriú (29 %) e Florianópolis (22, 4%), che distano circa due ore di macchina da Blumenau. Secondo le ricerche di Kuroski (2015), la maggior parte degli intervistati desidera ritornare a Blumenau per la festa della birra dell'anno successivo, circa il 76, 9%. Secondo quasi il 70% degli intervistati, la principale attrazione della festa è la birra, al secondo posto la gastronomia e al terzo gli show musicali, e solo al quarto mettono l'interesse per la cultura locale. I partecipanti al sondaggio non sembrano molto interessati a partecipare agli altri eventi proposti durante l'arco dell'anno dall'Ufficio del Turismo di Blumenau.

Per chi invece visita la Festa dell'Uva di Caxias do Sul è forse più immediato dedicarsi al turismo del vino, considerata la grande offerta enoturistica della regione. Secondo Toni e Gastal (2010, p.9-10) il turista della Festa dell'Uva è brasiliano, interessato a conoscere il mondo del vino. Molti sono visitatori anziani, a differenza dell'Oktoberfest che richiama un pubblico molto più giovane. Tra i partecipanti alla Festa dell'Uva emerge l'interesse a conoscere la cultura e la storia della regione. Le forti tracce dell'immigrazione italiana, considerato il vero punto di forza della regione, come vedremo nel quarto capitolo, e l'interesse per il vino, ci fa pensare che il visitatore sarà più propenso a dedicarsi all'enoturismo e che non partecipa alla Festa dell'Uva solo per l'evento in sé, a differenza del visitatore dell'Oktoberfest di

Blumenau. La Festa dell'Uva di Caxias do Sul è un'occasione per introdursi al mondo del vino della Serra Gaúcha e conoscere i suoi aspetti come la gastronomia tipica, la cultura locale ed è inoltre un'opportunità per scoprire i meravigliosi paesaggi del vino della regione.

II.5.1 L'immigrazione tedesca e la diffusione delle birrerie

Nel Capitolo I abbiamo visto i motivi che spingevano il governo brasiliano ad attrarre migranti europei. Anche l'immigrazione tedesca, come quella italiana, fu favorita da una forte campagna promozionale in Germania. Il Brasile, che aveva da poco conquistato l'indipendenza (1822) voleva formare un forte esercito e reclutava soldati tedeschi disposti ad emigrare in Brasile. L'esercito avrebbe dovuto far fronte alle truppe portoghesi che si erano stanziate nello stato di Bahia e che costituivano una minaccia per l'indipendenza (De Boni, Costa, 1987, p.7). Il tentativo di reclutare migranti per costruire un esercito non ebbe molto successo e fece diminuire notevolmente l'immigrazione di agricoltori e artigiani tra il 1821 e il 1831.
Alla metà del XIX secolo, il Brasile desiderava popolare il Sud del Paese e cominciò a reclutare dei coloni disposti a stabilirsi in queste zone. Proprio in questo contesto si stanziarono molti migranti europei nello Stato di Santa Catarina. I primi tedeschi arrivano nel 1828 a Florianópolis, in cui si erano stabiliti principalmente immigrati portoghesi.[34]I flussi migratori tedeschi aumentarono a partire dal 1850, quando vennero fondate le colonie che oggi costituiscono le città di Blumenau, Brusque e Joinville. Il governo brasiliano, garantiva ai coloni tedeschi gli stessi vantaggi degli immigrati italiani: la naturalizzazione immediata, la libertà di culto e delle terre.

[34] Fonte: http://municipiomais.com.br/familias-de-origem-alema-no-estado-de-santa-catarina-2/

Figura II.19 Propaganda brasiliana in Germania (http://municipiomais.com.br/familias-de-origem-alema-no-estado-de-santa-catarina-2/)

La città di Blumenau, anima tedesca del Brasile, in cui viene celebrata la cultura tedesca con la festa della birra, fu fondata nel 1850 dal il filosofo tedesco Hermann Bruno Otto Blumenau, che ottiene lotto di terra in cui decide di creare una colonia agricola. La colonia, inizialmente di proprietà di Blumenau, comincia ad attrarre molti coloni tedeschi e divenne ben presto proprietà del governo imperiale. Blumenau mantenne la sua direzione e secondo le testimonianze fu proprio grazie a lui che la città divenne un importante centro agricolo e industriale del Paese.

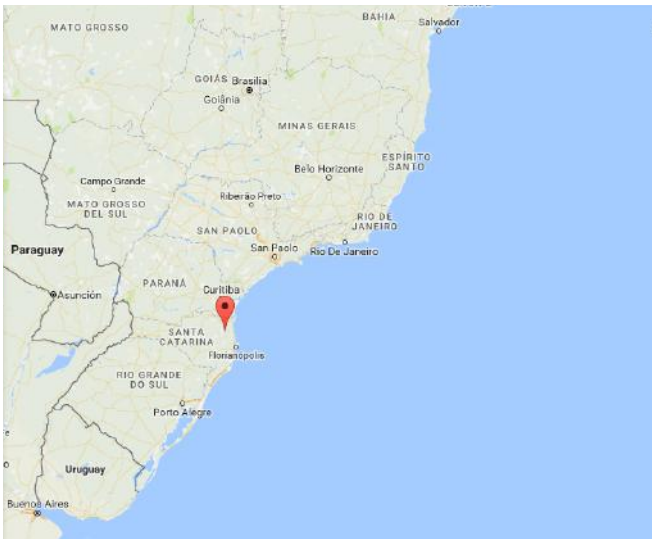

Figura II. 20 La città di Blumenau (Google Maps)

Figura II.21 Architettura tedesca nella città di Blumenau.
(http://educartransforma.eco.br/files/sites/424/2016/07/Pacotes -de-Viagens-para-Blumenau-10.jpg)

I coloni tedeschi, si dedicarono ben presto alla produzione della birra. Secondo Freese (2008, p.6) la prima birreria della città fu fondata da Heinrich Hosang, proveniente da Braunschweig, che arrivò a Blumenau nel 1858. Nonostante i suoi 30 anni, aveva un forte spirito imprenditoriale e solo due anni dopo il suo arrivo cominciò a produrre birra per consumo domestico. Non si hanno molto notizie a riguardo, a parte che si occupò della birreria fino alla sua morte e che fu proprio Hosang a dare inizio alla diffusione delle birrerie nella città di Blumenau. Nella maggior parte dei casi, si trattava di piccole imprese famigliari che si trasformarono in grandi birrifici, alcune di questi ancora presenti.

Figura II.22 Etichetta della birra Hosang.
(http://www.wagnerbebidas.com.br/wordpress/wp-temp/cervictoriahosang.jpg)

Come i discendenti italiani sono riusciti a promuovere la cultura del vino nel Sud del Brasile, i tedeschi hanno fatto lo stesso per la birra, avviando innumerevoli birrifici nella regione. Oltre all'organizzazione della festa della birra, di cui abbiamo parlato nel paragrafo precedente, è interessante approfondire un aspetto legato al turismo e alla cultura della bevanda nella regione.

Per promuovere il turismo nella regione della Vale do Itajaì, il 2 marzo 2016 nasce la *Rota Vale da Cerveja*, con l'obiettivo di stimolare il turismo della regione utilizzando la sua relazione con la produzione di birra artigianale. Il percorso è molto simile agli itinerari enoturistici e dà la possibilità al turista di visitare i birrifici e musei legati alla storia della bevanda. Valmir Zanetti, presidente di Blumeanu, spiega in un'intervista che la proposta è stata fatta per ampliare il turismo regione, poiché le città della regione hanno delle attrattive complementari.[35] Attualmente esistono quattro diversi itinerari che passano per le città di Apiùna, Blumenau, Brusque, Gaspar, Guabiruba e Ibirama. L'idea è la medesima utilizzata dalle cantine: aprire le porte al pubblico all'interno di un percorso con diverse attrazioni, utilizzare qualcosa che già esiste (i birrifici), sfruttare la collaborazione con enti privati e pubblici e favorire la conoscenza delle fasi di produzione della birra. Ad oggi i percorsi sono disponibili solo il sabato ma c'è l'idea di ampliare ed integrare l'offerta turistica. Carlo Lapolli, presidente dell'*Associação de Microcervejarias Artesanais de Santa Catarina* ACASC afferma "Dobbiamo vedere la birra oggigiorno come un grande business che coinvolge non solo la bevanda, la sua fabbricazione ma tutte le cose attorno- la gastronomia, i fabbricanti degli strumenti, i produttori, tutta questa catena attorno la birra ".[36]

---

[35] Fonte: http://www.oblumenauense.com.br/site/valmir-zanetti-e-o-novo-presidente-do-blumenau-e-vale-europeu-convention-visitors-bureau/

[36] Testo originale: "Temos que ver hoje a cerveja como um grande negócio que envolve não só a bebida, a fabricação, mas todas as coisas ao redor -a gastronomia envolvida, os fabricantes de equipamentos, os produtores, toda essa cadeia ao redor da cerveja".

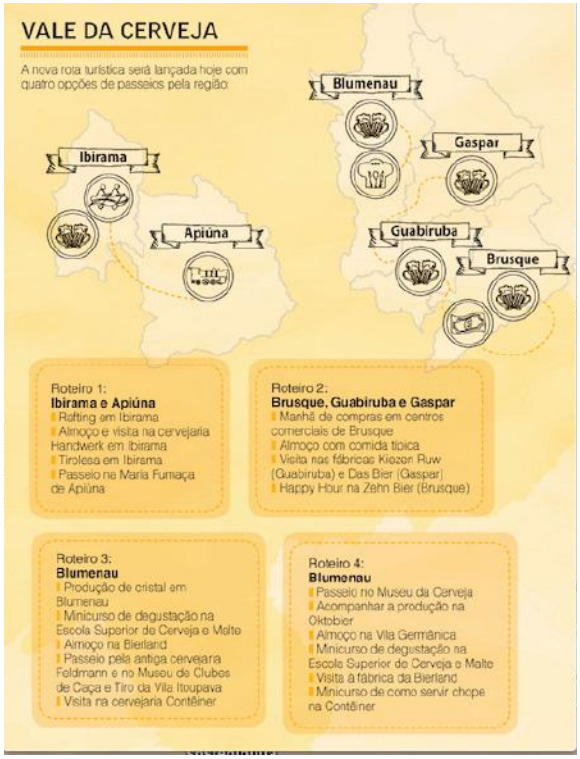

Figura II.23 I quattro itinerari della Vale da Cerveja (http://www.clicrbs.com.br/imagesrc/17981755.j)

Per organizzare il proprio itinerario, il turista ha a disposizione un sito internet dedicato, in cui sono raccolte tutte le descrizione dei birrifici e delle attrazioni degli itinerari, con informazioni sugli orari di apertura e prezzi per visite e degustazioni. Il visitatore ha la possibilità di conoscere i prodotti e loro fasi di lavorazione, la gastronomia e la cultura locale. L'itinerario della birra, ha molti elementi in comune con gli itinerari enoturistici. Nella città di Apiùna, poco lontana da Blumenau, è stato creato un percorso con il treno Maria Fumaça. Si tratta di un treno a vapore che percorre percorsi panoramici in diverse città del Brasile e che nella Serra Gaúcha viene chiamato "Il Treno del Vino", perché oltre ad assistere a performance di tarantella in abiti dell'epoca coloniale, i passeggeri hanno la possibilità di degustare vini e spumanti. Nell'itinerario che percorre la valle do Rio Itajaì-Açu è disponibile invece una degustazione del birrificio Handwerk.

CAPITOLO III

III. L'enoturismo in Brasile: un quadro d'insieme

III.1. Il fenomeno dell'enoturismo

"Wine tourism is a growing segment in continuous update that offers an extraordinary diversity to the consumer as well as business opportunities to producers".[37]

Gustavo Santos

Secondo Hall et alii (2000, p.2), viaggi con destinazione le regioni vinicole erano organizzati fino a tempi del *Gran Tour*. Tuttavia, questi viaggi non avevano come principale motivazione il vino. L'interesse per i viaggi nelle regioni vinicole nasce a metà del IXX secolo favorito dalla rivoluzione dei trasporti e delle infrastrutture, la nascita di una classe media interessata ai vini di qualità, e la pubblicazione della Classificazione dei Vini di Gironda del 1855, dove viene data per la prima volta un'identità alle regioni produttrici. A partire dagli anni Venti, iniziano a nascere degli itinerari vinicoli in Germania, che iniziano a diffondersi in tutte le regioni attorno agli anni Settanta; anche altri Paesi europei cominciano ad istituire degli itinerari del vino e il fenomeno diventa significativo anche nel Nuovo Mondo, dove spesso il vino non fa parte della quotidianità delle persone e l'enoturismo ha un ruolo importante per introdurre le persone alla cultura del vino, sviluppando la loro conoscenza del prodotto e delle sue fasi di lavorazione.

Alcuni esperti (Macionis, Cambourne, 2000, p. 227) sostengono che l'enoturismo sia nato in Australia con delle iniziative pensate dal *Victorian Wineries Tourism Council*. Negli anni seguenti, associazioni simili furono create in altri Stati australiani facendo crescere l'importanza dell'enoturismo e promuovendo un'offerta integrata al turismo del vino. Secondo altri studiosi, la vera nascita dell'enoturismo coincide con la creazione di un evento chiamato "Cantine Aperte" organizzato dall'associazione Movimento del Turismo del Vino MTV, che nasce in Italia nel 1993, composta da

[37] Ministro del Turismo in Argentina. Fonte: http://media.unwto.org/press-release/2016-09-09/wine-tourism-growing-tourism-segment

un'associazione di volontari che combinava cantine, enotecari, agenzie di viaggio e giornalisti (Colombini, 2003, p.27). L'evento "Cantine Aperte" prevedeva la visita di cantine, castelli e musei e passeggiate tra i vigneti con degustazione di vini. Il programma voleva essere una scommessa: fino a quel momento nessuno aveva visto la grande potenzialità dell'apertura al pubblico delle cantine. Le cantine toscane cominciano ad aprire la domenica e sono personalmente i produttori ad accogliere i visitatori. I turisti non mancano, tanto che pochi mesi dopo anche le cantine in Trentino e Piemonte e Veneto aderiscono all'iniziativa. Per pubblicizzare l'evento vengono utilizzati quotidiani e riviste specializzate, che richiamano gli intenditori del settore; iniziano inoltre ad essere pubblicati i primi opuscoli. Nel 1995, due anni dopo l'idea pioniera, partecipano al progetto 600 cantine, con 2500 persone addetti ad accogliere i visitatori (Colombini, 2003, p.28). La pubblicità viene estesa anche sulle tv locali e anche internet ha un ruolo fondamentale: è possibile costruire un itinerario grazie al catalogo online del MTV in cui si trovano le schede delle cantine associate. Un'altra iniziativa importante del MTV è stata l'ideazione dell'evento "Calice di Stelle", organizzata per la notte di San Lorenzo nelle piazze delle Città del Vino e destinato a sensibilizzare il pubblico "under 40" alla cultura del vino. L'enoturismo comincia a prendere piede e negli anni seguenti furono ideate delle nuove strade del vino con cantine aperte al pubblico, ristoranti, musei, parchi, che collaborano con agenzie di viaggio. Secondo Hall e Macionis (2000, p.3) l'enoturismo può essere definito come "la visita ai vigneti, cantine, festival del vino e spettacoli vitivinicoli per cui la degustazione dei prodotti o l'esperienza effettuata in una regione produttrice di vino, sono i primi fattori motivanti per i visitatori". Johnson (in Hall et alii, 2000, p.3) lo definisce come "la visita ai vigneti, alle cantine, alle feste e alle mostre del vino con scopo ricreativo". Per Corigliano (2004, p. 93) il turismo del vino è " un turismo diretto a tutto quanto, anche in senso lato, concerne la produzione del vino e dei prodotti vinicoli, ovvero quei percorsi che includono le vigne, le cantine e i luoghi di lavorazione, di imbottigliamento, di invecchiamento, di conservazione, ecc. In essi sono anche compresi i momenti partecipativi alla conoscenza dei prodotti stessi, anche con riguardo alle fasi del consumo". Getz (2000, p.147) sostiene che bisogna vedere l'enoturismo da tre diverse prospettive: quello dei produttori, delle agenzie turistiche e dei consumatori. Il turismo del vino è un'occasione di sviluppo per le regioni del vino, che fa crescere l'immagine del prodotto ed è un'opportunità di marketing per educare e vendere direttamente i prodotti ai visitatori.

Sebbene le definizioni di enoturismo siano innumerevoli, presentano dei punti in comune, come la componente educativa, l'opportunità di marketing per le regioni e per i suoi prodotti e la componente dell'esperienza, tanto ricercata dall'enoturista. Inoltre, è importante ricordare che parlando di enoturismo non s'intende solamente quel fenomeno legato unicamente al consumo del vino ma anche all'apprezzamento del territorio e dello stile di vita locale. Per la *Winemakers' Federation of Australia* WFA, associazione di produttori, il fenomeno dell'enoturismo è "la visita alle cantine e alle regioni enoturistiche per sperimentare le qualità uniche dello stile di vita australiano contemporaneo, associato alla passione per il vino, unitamente alla sua stessa origine, la quale include il vino, il cibo, il paesaggio e le attività culturali".[38]Secondo Corigliano (2004, p.95), si tratta di un turismo culturale a tutti gli effetti, in cui non solo si "conosce" ma si entra anche in contatto diretto con "il luogo, le sue genti, il suo carattere, le suggestioni che evoca". Anche Taleb Rifai (2016), segretario generale dell'UNWTO durante la *Global Conference on Wine Tourism*[39] sostiene che l'enoturismo sia "intimamente legato all'identità delle destinazioni e unisce valori culturali, economici e storici".

III.2. I profili dell'enoturista

Nel corso degli anni si è cercato di delineare un profilo tipico dell'enoturista attraverso la raccolta di dati in alcune regione vinicole del mondo, generando innumerevoli definizioni dell'enoturista che si differenziano a seconda dell'area geografica. In generale si può affermare che l'enoturista ha spesso tra i 30 e i 50 anni, appartiene a una classe sociale medio alta e proviene da aree limitrofe alla regione vinicola (Hall, 2000, p.121).

Secondo l'indagine "Il volto dell'enoturista oggi"[40] condotta dal Movimento del Turismo del Vino (MTV) nel 2012, l'enoturista è maschio tra i 30 e i 50 anni, pianifica le vacanza in modo autonomo utilizzando risorse online, viaggia in coppia o con un gruppo di amici e al buon vino cerca di abbinare cultura, turismo d'avventura

[38] Fonte: http://www.wfa.org.au/resources/wine-tourism-toolkit/developing/wine-and-tourism/

[39] Fonte: http://media.unwto.org/press-release/2016-09-09/wine-tourism-growing-tourism-segment

[40] Fonte: http://www.movimentoturismovino.it/it/news/nazionali/0/0/466/indagine-quali-auantitativa-il-volto-dell-enoturista-oggi/

e benessere. Si dedica all'enoturismo durante tutto l'anno, non solamente nel periodo estivo e spende fino a 100 euro. Il 66 % dei produttori sostiene che l'enoturista decide di organizzare la vacanza in modo indipendente, senza rivolgersi a tour operator. I turisti italiani generalmente sono meno inclini all'acquisto degli stranieri, che arrivano a spendere fino a 100 euro per comperare i prodotti locali. La spesa media è di circa 50 euro, a cui si aggiungono anche i costi del pernottamento e altro, circa 193 euro al giorno, secondo il Censis. L'enoturismo è un tipo di turismo destagionalizzato, con visitatori in ogni stagione, che però si differenziano nella tipologia. Chi non abita troppo lontano dalla regione enoturistica preferisce primavera e inverno; l'autunno si caratterizza invece per un forte flusso di escursionisti; l'estate attrae turisti che abbinano la visita della cantina alla loro vacanza estiva. Gli enoturisti ricercano molto spesso un'offerta turistica integrata nei territori. Non è più solamente un intenditore o un appassionato ma è anche un neofita interessato a conoscere il mondo del vino. Non ricerca più vino e cibo di qualità, ma un'autentica esperienza di vacanza enogastronomica in cui ha la possibilità di sentirsi coinvolto in attività, come per esempio la vendemmia, o partecipando a eventi culturali. L'enoturista cerca "un contatto diretto e immediato con i suoi (del vino) elementi d'identità" (Corigliano, 2004, p.108), per questo si aspetta un contatto diretto con il produttore, il quale non si deve solamente preoccupare della qualità dei prodotti, ma anche di stringere relazioni con operatori turistici e la comunità locale. In generale, si può dire che oggi[41] c'è un interesse maggiore da parte del turista a scoprire un territorio, con le sue produzioni tipiche, i suoi paesaggi e la cultura e le tradizioni della popolazione locale. Il turista vuole che l'esperienza rimanga scolpita nella sua memoria, desidera partecipare, sperimentare in prima persona ed entrare in contatto con luoghi e culture.

Il rapporto annuale Censis (2003 p. 26) mostra, utilizzando una struttura piramidale, le capacità e gli interessi dell'enoturista e le sue motivazioni. La piramide si sviluppa su cinque livelli, dove alla base vi è l'enoturista con poche conoscenze specifiche ma molto interesse nel conoscere il mondo del vino, chiamato Eno-curioso, e al vertice

[41] Secondo Corigliano (2004, p. 102) A partire dagli anni Novanta si è assisto ad un cambiamento socio-culturale recuperando uno stile di vita più naturale, che ha avuto le sue conseguenze anche nel settore turistico. Il turista, mentre prima desiderava passare le sue vacanze in mete "esclusive", preferisce staccare la spina passando un weekend in un'azienda agrituristica, dedicarsi a percorsi enogastronomici, è più interessato al turismo culturale e ricerca delle vere e proprie esperienze alternative.

l'esperto enoturista, l'Eno-Sperimentatore. Al secondo livello (partendo dalla base) troviamo gli Eno-Esploratori, visitatori di cantine ed enoteche che si informano attraverso riviste e guide, al terzo gli Eno-tifosi, con una buona conoscenza del settore e buona capacità di spesa e al quarto livello troviamo gli Eno-professionistici, coloro che conoscono gli itinerari enoturistici, i prodotti e con una capacità di spesa elevata.

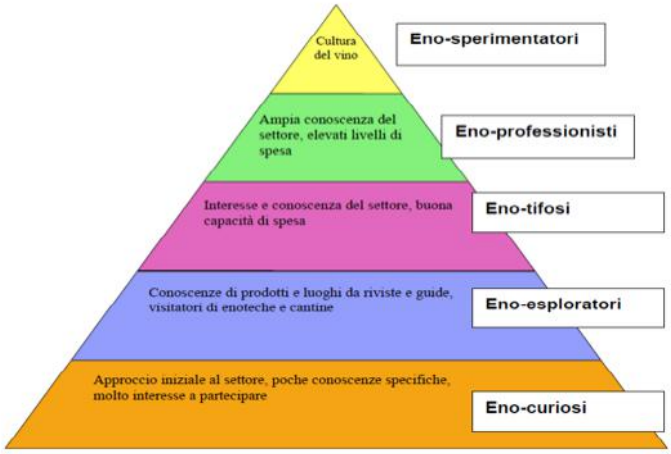

Figura III.1 Tipologie di enoturisti (Fonte:Osservatorio sul Turismo del Vino, IV, 2004).

Un altro studio realizzato nel 1999, in due differenti regioni vinicole australiane, determina quattro categorie di enoturista, secondo la loro motivazione (Charters, Ali-Knight in Pratt, 2014, p.2):

-Wine lover: ha un'ottima conoscenza del vino acquisita con lettura di riviste specializzate, corsi di degustazione, programma televisivi e visita ad altre regioni. La motivazione di questo enoturista è chiaramente definita: è interessato a conoscere il vino e lo stile di vita locale del viaggio. Visita le vinicole con l'obiettivo di degustare e conoscere meglio i prodotti, interessato anche all' acquisto.

-Wine interested: visitatore con interesse a conoscere i vini e le tecniche di degustazione, non molto interessato a conoscere lo stile di vita locale, come la gastronomia.

-Wine courious: non conosce il vino, ha solamente delle nozioni di base, generalmente è interessato alla visita alla cantina e ai vigneti. E' enoturista quando c'è un'offerta turistica integrata alla regione vinicola.

-Disinterested wine tourist: visita la vinicola senza alcun tipo d'interesse particolare, generalmente accompagnati da un gruppo.

Wine Lover	Ottima conoscenza del vino (legge riviste specializzate, si dedica all'enoturismo, partecipa a corsi di degustazione)
	Vuole conoscere il vino e lo stile di vita locale; interessato all'acquisto
Wine Interested	Interessato a conoscere i vini e le tecniche di degustazione
	Non desidera conoscere lo stile di vita locale
Wine Curious	Ha solo nozioni di base sul vino
	E' interessato alla visita delle cantine e dei vigneti; ricerca un'offerta turistica integrata
Disinterested Wine Tourist	E' poco interessato e si muove generalmente accompagnato da un gruppo

Figura III.2 I profili dell'enoturista di Charters e Ali Knight (Elaborazione dell'autrice)

Secondo il Movimento del Turismo del Vino (in Hall et alii, 2000, p. 125) ci sono quattro diversi tipi di enoturista:

-Il professionista: generalmente tra i 30 e i 50 anni, intenditore del mondo del vino e in grado di giudicare il prodotto.

-L'appassionato: tra i 25 e i 30 anni, a cui piace il vino e lo vede come uno strumento per stringere amicizie, a cui piace il cibo ed esplorare i paesaggi del vino.

-L'opportunista: tra i 40 e i 50 anni, attratto dai vini, che si accontenta di avere una conoscenza base dei vini e più interessato ai commenti degli altri.

-Il bevitore: tra i 50 e i 60 anni, che visita le vinicole in gruppo le domeniche, che considera praticare l'enoturismo come un'alternativa.

Anche Johnson (in Hall et alii, 2000, p. 127) propone una tipologia di enoturista basata nelle motivazioni, e ne distingue solamente due tipi: lo specialista, che si dedica alle visite con obiettivo ricreativo ma la sua motivazione principale è l'interesse per il vino; il generico, che ha come obbiettivo il relax e lo svago.

Una ricerca realizzata nel Distretto di Canberra, regione vinicola in Australia, mostra che la principale motivazione dell'enoturista è legata al vino, a cui seguono un gran numero di motivazioni secondarie tra cui la partecipazione a festival ed eventi, la socializzazione con amici, l'incontro con il produttore, conoscere il mondo del vino, la visita dei vigneti (Cambourne, Macionis, 2002, p.86). Anche per Corigliano (2003, p. 104) la principale motivazione è conoscere il prodotto. Il turista è però inoltre

attratto (in ordine decrescente) dal paesaggio, dalla cultura e dalla gastronomia, oltre che dai prodotti tipici.

In relazione alle motivazioni che spingono l'enoturista verso una destinazione, secondo l'Osservatorio Nazionale sul Turismo del Vino (2011, p.24), al primo posto vi è la notorietà del luogo, al secondo l'interesse per la gastronomia, al terzo gli eventi organizzati. Il vino, si trova solamente al quarto posto.

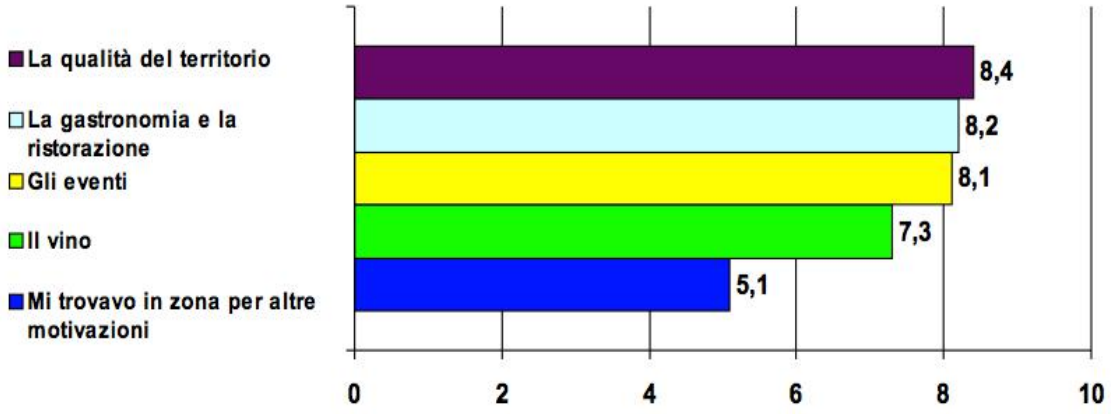

Figura III.3 I fattori di scelta della meta dell'enoturista (Osservatorio Nazionale Turismo del Vino IX, 2011, p.25)

II.3. L'enoturismo in Brasile

"Il turismo del vino è uno dei più efficaci mezzi di trasformazione dell'immagine del vino brasiliano. Il visitatore arriva, degusta, chiede. Interagisce con il prodotto, vede il paesaggio, l'attenzione, capisce com'è elaborato. Si sente orgoglioso, orgoglioso di essere brasiliano e si sorprende. Rimane colpito per sempre"[42]

Adriano Miolo

In questo paragrafo, cercheremo di fare una panoramica generale sull'enoturismo in Brasile. L'enoturismo è un fenomeno recente in Brasile ma che costituisce una grande fonte di reddito: per alcuni imprenditori brasiliani costituisce più del 70% del fatturato

[42] Testo originale: "O turismo do vinho é uma das mais eficazes ferramentas de transformação da imagem do vinho brasileiro. O visitante vem, degusta, pergunta. Interage com o produto, vê a paisagem, o cuidado, entende como é elaborado. Se sente orgulhoso, orgulho de ser brasileiro e se surpreende. É tocado para sempre." (in Duarte, Flores, 2012, p.3)

(Duarte, Flores, 2012, p. 17). Non solo genera posti di lavoro, ma soprattutto aumenta il valore del prodotto finale, il vino. La maggior parte degli imprenditori brasiliani vede l'enoturismo come un'enorme opportunità e con l'aumento della domanda degli ultimi anni hanno capito che questo mercato ha bisogno di professionisti per crescere. Oltre a saper ricevere i visitatori, il produttore deve conoscere il settore turistico e stringere relazioni con agenzie, imprese pubbliche e private al fine di valorizzare sempre più l'immagine del prodotto. Purtroppo non tutte le vinicole prendono seriamente quest'attività e molte non hanno del personale specializzato con formazione turistica. Le aziende si sono adattate al turismo in modo molto naturale: il mercato dell'enoturismo è nato quando qualcuno desiderava conoscere di più sul vino e un membro della famiglia si occupava di organizzare la visita all'interno della vinicola. Molti produttori brasiliani pensano ancora oggi che stabilire una collaborazione con le agenzie di viaggio porterebbe solamente al turismo di massa e le loro vinicole rimangono spesso sconosciute, fanno poco marketing e non partecipano a eventi dedicati al turismo. Le persone con formazione turistica nel settore non sono molte, eccetto nell'area di Bento Gonçalves, e questo fa si che in molte regioni non si ottengano i risultati desiderati. Alcune volte il paesaggio non è ben valorizzato e nemmeno l'architettura delle vinicole, che in alcune regioni sono troppo simili tra loro e il visitatore dopo aver visitato due aziende non è incentivato a vederne altre. Tutte le regioni offrono delle feste del vino ma in molte di queste le tradizioni sono andate perdute e sarebbe necessario rinnovare il formato di queste feste, o creare dei nuovi eventi in grado di attrarre i turisti.

Ma chi sono gli enoturisti in Brasile? Gli enoturisti in Brasile, sono brasiliani che appartengono alla classe media. Si tratta di persone che spendono e non risparmiano, viaggiano per brevi periodi, come i fine settimana per rilassarsi in aree rurali e s'interessano al vino, che vedono la bevanda come qualcosa di sofisticato e interessante. Adorano partecipare a eventi e organizzano il viaggio in modo indipendente utilizzando le risorse online. Per soddisfare la domanda di questo target è necessario pensare a soluzioni giovani e innovative. Il turista del vino è curioso e vuole conoscere personalmente il produttore, scoprire il paesaggio facendo delle passeggiate, vuole vivere delle sensazioni con il vino. Per questo motivo è indispensabile che il turista sia coinvolto in alcune attività come corsi di degustazione, pranzi, vendemmie e feste. Inoltre, le regioni del vino in Brasile hanno delle enormi possibilità in termini di paesaggio che andrebbero valorizzate per creare un'offerta

turistica integrata, magari proponendo attività di turismo d'avventura. Dalle ricerche di IBRAVIN, emerge l'esigenza di attrattive turistiche per le famiglie con bambini, che spesso visitano le regioni vitivinicole brasiliane. Alcune vinicole si sono già adattate alle esigenze delle famiglie, come per esempio la vinicola Aurora, nella città di Bento Gonçalves, che offre del succo d'uva per i più piccoli e durante il percorso li intrattiene con dei giochi.

Figura III.4 Attività per bambini all'interno della vinicola Aurora (Tuttle le fotografie sono dell'autrice, salvo diversa indicazione)

Nelle regioni di cui abbiamo analizzato i paesaggi del vino nel Capitolo II, la viticoltura è un fenomeno piuttosto recente e come abbiamo visto, in alcuni casi, sono state costruite delle vinicole con l'obiettivo di attrarre i turisti, come per esempio Villa Francioni che con la sua maestosità ha attratto altri imprenditori che non solo hanno visto grandi potenzialità nella viticoltura, ma anche nell'enoturismo. Uno dei principali problemi dell'enoturismo in Brasile è la carenza di studi specifici nel settore. In generale si percepisce un forte interesse nel ricercare di migliorare le tecniche vinicole delle regione, ma vi è invece una scarsa attenzione per l'enoturismo, di cui non se ne parla molto e soprattutto sono presenti pochi studi a riguardo, specialmente per quanto riguarda i profili dei potenziali visitatori. Alcuni ricercatori dell'Università di Florianópolis[43] hanno capito che degli studi specifici sul profilo

[43] Fonte: http://www.ifsc.edu.br/campus-florianopolis-continente/5694-pesquisa-traca-o-perfil-do-enoturista-do-planalto-catarinense

dell'enoturista sono indispensabili per rispondere alla domanda enoturistica nella regione del Planalto Catarinense. Secondo la ricerca, l'enoturista del Planalto è una persona tra i 31 e i 40 anni che vive nelle vicinanze e beve vino circa una volta la settimana. La maggior parte, proviene dallo Stato di Santa Catarina, si muove con automobile privata e rimane nella regione per circa tre giorni. Le motivazioni che lo spingono a visitare la regione sono (in ordine decrescente) il desiderio di conoscere i metodi di elaborazione del vino, trovare un luogo adatto per passare qualche giorno di vacanza e conoscere la regione. Si tratta di persone interessate al vino ma che non hanno molta conoscenza a riguardo e approfittano del viaggio per avvicinarsi al mondo del vino, il turista che Charters e Ali Knight chiamerebbero "wine interested". In generale, i visitatori sembrano molto soddisfatti della visita alla cantina: si sentono ben accolti, apprezzano la visita guidata e la degustazione. Il 72% compra e il 30% dei visitatori spende mediamente tra i R$ 100,00 e R$ 300,00. La regione attrae molti turisti durante la stagione invernale per la neve, che fa letteralmente impazzire i turisti brasiliani, che alcune volte dormono in macchina per poter veder cadere la neve (Duarte, Flores, 2010, p.70). La città di Saõ Joaquim non ha molte strutture ricettive, il turismo rimane ancora un'attività nuova, anche se sembrano esserci delle buone opportunità considerato che la regione attrae molti imprenditori che desiderano investire nel settore turistico. Nella Campanha Gaúcha l'enoturismo rimane un settore inesplorato per le piccole vinicole, che non hanno ancora investito in questo ramo. Le vinicole più grandi come Almaden e Guatamba, citate nel Capitolo II, attraggono diversi visitatori, principalmente per le dimensioni delle proprie vinicole e per la struttura concepita con degli spazi appositamente dedicati per accogliere i visitatori.

I visitatori della Vale do São Francisco, secondo Zanini (2007, p.76) non hanno come principale motivazione la visita della vinicola e si dimostrano più interessati al relax e a sperimentare i piatti tipici e i vini della regione. Molte persone visitano la regione per motivi di lavoro, nelle vicinanze si trovano quattro diverse università e vengono condotti diversi studi sull' agricoltura irrigata nella regione. Inoltre, la regione esporta molta della frutta coltivata, sia in territorio nazionale, che nel mondo e questo fa si che molte persone visitino la Vale do São Francisco per affari. Come abbiamo visto, le vinicole che si trovano nella regione non sono strutture di charme che richiamano l'attenzione del turista, come alcune che abbiamo visto nel Planalto Catarinense e nella Campanha Gaúcha. Sono f*azendas* dallo stile piuttosto semplice, che però

mettono in luce il paesaggio che hanno intorno. I turisti possono approfittare del paesaggio del semiarido per fare delle escursioni in barca, alcune vinicole organizzano delle escursioni in barca a bordo del "Vapor do Vinho" con degustazione inclusa. Si tratta di una proposta molto interessante, che dà la possibilità al turista di contemplare il paesaggio navigando e approfittando del vero protagonista della regione, il fiume São Francisco, degustando del buon vino. Anche l'offerta gastronomica è molto interessante: le *fadenzas* di Casa Nova, nello Stato di Bahia, offrono dei piatti tipici come per esempio formaggi di capra.

Figura III.5 Turisti a bordo del Vapor do Vinho (http://files.estilo-de-vida24.webnode.com/200004699-b0d2fb2c25/vvinh.jpg)

L'enoturismo in Brasile presenta delle criticità, dovute principalmente al fatto che è un fenomeno che si estende in regioni completamente diverse da loro in un territorio molto vasto. Come abbiamo detto, pochi sono gli studi che valutano l'enoturismo a livello nazionale, e in alcune regione di enoturismo se ne parla ancora troppo poco. Considerato lo scarso interesse dei brasiliani per il vino, l'enoturismo si rivela un ottimo modo per divulgare la conoscenza del vino brasiliano e la moda di bere vino. Tuttavia, nonostante questo sia chiaro a molti produttori, il problema principale è la mancanza di professionisti del settore e della scarsa collaborazione tra i produttori e altre istituzioni siano queste pubbliche o private per ideare degli itinerari del vino e promuovere l'enoturismo. Il marketing in internet, fatta eccezione per la Serra Gaúcha non è molto utilizzato. Molte regioni non hanno una newsletter per informare i visitatori sugli eventi e sugli itinerari, siti internet dedicati ai percorsi enoturistici

disponibili con le case vinicole che è possibile visitare. Pochi sono i siti internet delle case vinicole sono dedicati all'enoturismo, nella maggior parte dei casi sono orientati alla vendita dei prodotti.

CAPITOLO IV

Il fenomeno dell'enoturismo nella Serra Gaúcha e nella Vale dos Vinhedos

IV.1 La storia della viticoltura nella Serra Gaúcha

Secondo il trattato di Tordesilhas del 1494, le terre della Serra Gaúcha dovevano essere dominate dagli spagnoli. La storia della viticoltura Rio-Grandense comincia, infatti, con Padre Roque Gonzales, che arrivò dall'Argentina con l'obiettivo di iniziare una missione Gesuita e convertire i Guaranì[44] nella regione dei Sete Povos das Missões, territorio che costituiva circa due terzi dell'attuale Serra Gaúcha. Padre Roque, piantò la prima vite a São Nicolau, nella regione di Tape, attualmente Rio Grande do Sul. La Compagnia di Gesù, era interessata all'incremento dell'agricoltura, per garantire lo sviluppo economico della regione e la civilizzazione delle popolazioni locali. Cominciarono a dedicarsi alla viticoltura poiché la mancanza di vino era un grande problema per i Gesuiti, i quali a volte dovettero perfino rinunciare a recitare la messa.

Con i Gesuiti, vediamo il primo tentativo di viticoltura di viti d'origine europea, probabilmente importate da Buenos Aires, dove gli spagnoli avevano già cominciato ad avviare vigneti. Tuttavia, con l'arrivo dei bandeirantes[45] paulisti e la distruzione delle missioni Gesuite, scomparì il primo tentativo di coltivazione della *vitis vinifera*.

Con la dominazione portoghese, i colonizzatori non volevano ci fosse concorrenza tra vini brasiliani e vini importati dal Portogallo, così vietarono la viticoltura, che venne ripresa solamente più di un secolo dopo, con l'arrivo degli azzoriani e degli abitanti dell'isola di Madeira, che si stabilirono nel litorale di Rio Grande do Sul.

Il Consiglio della Corona, inviò coppie di azzoriani e di persone provenienti dall'isola di Madeira per popolare quelle zone nel Sud del Brasile. A causa di una crisi

---

[44] Ceppo meridionale della famiglia tupi-guaranì Fonte: http://www.treccani.it/enciclopedia/guarani/

[45] Bande dedite alla caccia d' indigeni da ridurre in schiavitù e alla ricerca dell'oro, originari di San Paolo, per questo anche chiamati paulisti.

Fonte: http://www.treccani.it/enciclopedia/bandeirantes_(Dizionario-di-Storia)/

economica nelle Azzore e sull'isola di Madeira, Giovanni V di Braganza, fece inviare più di 6000 migranti tra il 1748 e il 1756 a Rio Grande do Sul (Dal Pizzol, Inglez, 2014, p.83). Gli azzorriani, costituiscono il secondo tentativo di viticoltura a Rio Grande do Sul: utilizzano viti di varietà portoghese, specialmente nelle terre basse e umide del litorale e vicino alla Lagoa dos Patos, ma a causa della forte umidità e della mancanza di tecnica, la viticoltura non ebbe molto successo.

Nel 1785, la regina portoghese Maria I, proibì qualsiasi attività manifatturiera e di coltivazione nel Brasile. Nonostante ciò i vigneti continuavano a espandersi a Rio Grande do Sul, quindi il divieto fu revocato 23 anni più tardi da Giovanni VI. Tuttavia, la viticoltura riprese a svilupparsi e ad essere incentivata solamente dopo l'indipendenza del Brasile.

A causa della necessità di manodopera, dovuta alla fine della schiavitù, Pedro I comincia a favorire l'immigrazione in Brasile, la quale avrebbe contribuito anche al *branqueamento* del Paese. I primi ad arrivare furono i tedeschi, che dal 1824 popolarono le terre Rio-Grandensi. Questi apprezzavano il vino come alimento da tavola e lo producevano anche in patria, principalmente nella Valle della Mosella, che si estende tra Coblenza e Treviri. Solamente un anno dopo il loro arrivo, l'imperatore Pedro I invia il tecnico italiano Gian Battista Orsi per incentivare la viticoltura. Tuttavia, quest'attività produceva in grandi quantità vino solo unicamente per il consumo domestico, senza però mai riuscire a produrre vino di qualità.

Dopo i primi due tentativi falliti di coltivazione della *vitis vinifera* nel territorio Rio-Grandense e la sua difficoltà di adattamento al clima, venne importata dagli Stati Uniti l'uva Isabella. Nel 1800, nascono negli Stati Uniti diversi vigneti, nei quali venivano coltivati diverse varietà di uva nativa americana. Questo fatto, richiamò l'attenzione dei viticoltori europei, i quali iniziarono a introdurre l'uva Isabella, anche in Europa, Asia e Africa. Questa vite nativa americana, originaria probabilmente della Carolina del Sud, prende il nome dalla fazendeira Isabella Gibbs, che la diffuse nella costa est del Paese (Dal Pizzol, Inglez, 2014 p. 95). La sua particolarità è di riuscire a produrre uva in grandi quantità, sena la necessità di molti interventi di manutenzione.

L'introduzione dell'uva Isabella nel territorio brasiliano avviene tra il 1839 e il 1842, quando un cittadino della Serra Gaúcha, Marques Lisboa, in viaggio negli Stati Uniti, impressionato dalla sua capacità produttiva, la fa importare da un commerciante tedesco Thomas Messiter, il quale avvia un vigneto nella Ilha dos Marinheiros, vicino

a Rio Grande. Si trattava di una varietà resistente all'oidio,[46]che si adattò molto bene al clima locale. Già a partire dal 1871, cominciarono ad esportare piccole quantità di vino, con il titolo di vino nazionale di São Leopoldo, colonia fondata da Pedro I, dove si stabilirono i tedeschi che quattro anni dopo, parteciparono con i loro vini all'esposizione provinciale a Porto Alegre.

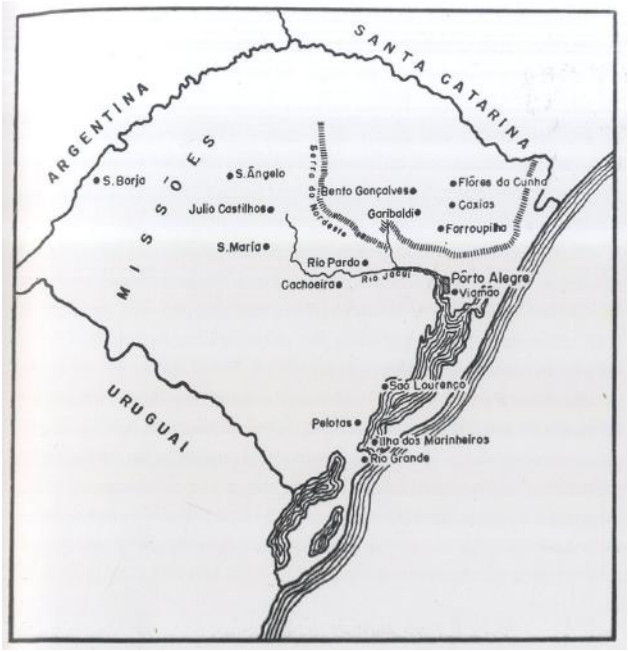

Figura IV.1 Mappa di Rio Grande do Sul che indica il percorso della viticoltura, dalle missioni Gesuite, agli azzorriani nei pressi del filme, fino agli italiani e i tedeschi nella Serra Gaúcha (DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.85)

[46] Malattia delle piante, anche chiamata mal bianco, determinata da funghi ascomiceti. Fonte: http://www.treccani.it/enciclopedia/ricerca/oidio/

IV.1.1 Il ruolo degli italiani nella viticoltura della Serra Gaúcha

"Loro desideravano qualche cosa, bastava che fosse quel liquido scuro. Avevano sete di vino."[47]

João *Valduga*

Come abbiamo visto nel Capitolo I, dopo che il governo brasiliano mette a disposizione dei biglietti gratuiti per emigrare in Brasile molti italiani, decidono di emigrare in Brasile in cerca di fortuna, vista la difficile situazione economica in Italia.
La colonizzazione italiana ha una stretta relazione con la nascita e lo sviluppo della viticoltura nella Serra Gaúcha. La città di Bento Gonçalves, fondata da immigrati italiani e attualmente considerata la capitale brasiliana del vino, è l'esempio di questo stretto rapporto tra immigrazione e viticoltura. I riferimenti all'italianità e alla viticoltura sono ovunque: dall'uso del dialetto veneto, alla fontana di vino che troviamo nel centro della città, che ci ricorda l'importanza della viticoltura per la città. I migranti avevano bisogno del vino che era "bevuto come una specie di anestetico per l'anima" [48] (Testimonianza di Remy Valduga nel documentario *Memorias do Vale dos Vinhedos*, Martini, Miorando e Barbieri, 2014) per far fronte alle difficoltà che dovettero affrontare al loro arrivo in Brasile.
E' molto interessante notare anche la relazione tra l'aspetto sociale e la viticoltura: le prime feste commemorative della vendemmia vennero organizzate già a partire solo dopo sei anni l'arrivo degli italiani a Caixas do Sul, lo stesso per la città di Garibaldi e Bento Gonçalves. Non è certo trascurabile anche il legame tra la religiosità dei migranti e la cultura del vino, indispensabile per la celebrazione della messa. Diversi sono gli elementi religiosi che si trovano all'interno delle case vinicole o nei dintorni dei vigneti. E' interessante notare come alcuni elementi religiosi siano stati ricostruiti all'interno di moderne case vinicole, come per esempio nella vinícola Cave de Pedra.

[47] Testo originale: "Eles queriam qualquer coisa, desde que fosse aquele líquido escuro. Tinham sede de vinho." (in Salsanha, 2013, p.61).

[48] Testo originale: "Bebido como uma espécie de anestésico para alma".

Figura 4 IV.2 Capitello all'interno dell'edificio originale della Cooperativa Aurora, Bento Gonçalves.

Figura IV.3 Grotta religiosa costruita all'interno della moderna vinicola Cave de Pedra nella Vale dos Vinhedos.

Nella regione della Vale dos Vinhedos, si trova la chiesa di Nossa Senhora das Neves, che cominciarono a costruire nel 1904, durante un periodo di secca, trenta anni dopo l'arrivo degli italiani. Come racconta il Signor Remi Valduga, in un período di secca, di fronte alla mancanza di acqua, venne chiesto ad ogni famiglia di contribuire alla costruzione della cappella con del vino. Le venti famiglie che vivevano nella Vale dos Vinhedos, donarono 300 litri di vino cada una per permettere la realizzazione della cappella in sostituzione all'acqua, che fu terminata il 5 agosto del 1907 (Remy Valduga, luglio 2016, intervista a cura dell'autrice). Da questo momento i migranti

riuscirono a unire tre elementi essenziali per la loro sopravvivenza lontano dalla propria patria: “trabalho, vinho e fé”, ossia “lavoro, vino e fede” (Gilberto Durante, luglio 2016, intervista a cura dell’autrice).

Figura IV.4 Capela Nossa Senhora das Neves (http://1.bp.blogspot.com/-C-E3LE6JIV0/UhJVSgfw7VI/AAAAAAAABKE/n-6eMpx9NOg/s1600/DSC03975.JPG)

Gli italiani portarono dall’Italia molte varietà di vite, come il Barbera, il Bonarda e il Moscato, ma queste non riuscirono ad adattarsi molto bene al terreno; duravano solamente qualche anno e poi scomparivano.

Come già accennato nel paragrafo precedente, furono i tedeschi a riprendere la viticoltura nella Serra Gaúcha e furono proprio loro a dare agli italiani la pianta dell’uva Isabella, la quale si adattò molto bene, senza però riuscire a produrre un vino di qualità. Il tedesco Jacob Ruschel, coltivava l’uva Isabella, e fu proprio lui stesso a passare la nativa americana all’italiano Tommaso Redaelli (Dal Pizzol, Inglez, 2014, pag.67). Questo passaggio, sancisce la nascita della moderna viticoltura brasiliana.

Nella colonia, i migrante non avevano dei fili per fissare le viti con il sistema a spalliera, così, avendo legname in abbondanza decisero di riutilizzare il sistema della pergola, proprio come facevano in Trentino. Grazie alla fertilità del suolo, alla forte umidità e alla facilità con cui si adatta l’uva Isabella, i vigneti si svilupparono molto rapidamente e gli italiani cominciarono a vedere nella viticoltura una grande

opportunità per la colonia. Inizialmente, la produzione del vino avveniva per consumarlo durante i pasti ed era generalmente prodotto nella cantina della casa, schiacciando l'uva con i piedi, utilizzando il peso del corpo.

João Valduga (in Saldanha, 2013, p. 61), fondatore della casa vinicola Valduga, racconta: "Nemmeno mia nonna beveva il vino fatto da mio nonno. Lei diceva che era un vino triste, aspro e acido" [49], la bevanda non era prodotta seguendo alcun tipo di tecnica ed era utilizzata come moneta di scambio per acquistare caffè, zucchero o attrezzi agricoli.

Inizialmente non vi era interesse nel migliorare la qualità del vino, poiché era solo consumato in famiglia; i viticoltori iniziarono a preoccuparsene solo quando iniziarono a commerciarlo a Porto Alegre e in seguito verso altre città brasiliane.

Nonostante le grandi difficoltà, soprattutto legate al carente sistema di trasporti, le aziende vinicole stavano cominciando a crescere, e nel 1885, il vino, diventa il principale prodotto delle colonie.

La ricerca di qualità, necessitava l'intervento di alcuni esperti, la maggior parte dei quali arrivava dall'Italia, con l'obiettivo di insegnare viticoltura ed enologia in Brasile.

Furono introdotte anche alcune istituzioni che si dedicavano alla formazione del personale e al controllo della qualità del vino. Nel 1889 viene fondata la *Escola de Agricultura e Viticultura a* Taquari, con l'obiettivo di qualificare il viticoltore a Rio Grande do Sul. In seguito, nasce a Porto Alegre, la prima *Estação Agronômica Experimental*, dove vengono analizzati i vini prodotti, cercando di migliorarli focalizzandosi soprattutto sulla conservazione del prodotto; nel 1899, viene creato il primo *Laboratório Enológico-Rio-Grandense,* che importa delle varietà dall'Uruguay con il fine di introdurre delle varietà di maggiore qualità. Nel 1894, un enologo italiano, Lourenço Mônaco, viene assunto dal governo di Rio Grande do Sul in qualità di ispettore sanitario a Garibaldi e Caxias do Sul. Poco tempo dopo, si aggiunsero anche i fratelli di Lourenço, per coordinare i processi di vinificazione in alcune cantine. La qualità del vino stava iniziando a migliorare ma i problemi maggiori erano legati alla distruzione e al trasporto; la situazione migliorò con la costruzione della rete ferroviaria Caxias-Montenegro.

[49] Testo originale: "Nem a minha avó tomava o vinho feito pelo meu avô. Ela dizia quero vinho era tristo, azedo, ácido. "

Un altro specialista italiano, assunto dal governo, fu l'avvocato Stefano Paternò, specializzato nella creazione di cooperative, importava macchinari, assumeva tecnici italiani e in poco tempo diede vita a più di 30 cooperative (Saldanha, 2013, pag. 64), e nacque anche la *Federação das Cooperativas do Rio Grande do Sul*.

Negli anni venti, si comincia a imbottigliare i vini ed è inaugurata la E*stação Experimental de Viticultura e Enologia* (EEVE) a Caxias do Sul, la quale promuoveva corsi gratuiti per i produttori.

Celeste Gobbato, fu un altro degli esperti italiani chiamati in Brasile. Originario d Volpago del Montello, in provincia di Treviso, studia Scienze Agrarie presso l'Università di Pisa e diventa enologo dopo aver frequentato un corso a Conegliano, in Veneto (Dal Pizzol, Inglez, 2014, pag.131). Nel 1928, redige il il *Manuale del Produtore de Vino*, scritto in italiano e sucessivamente tradotto in portoghese, *Manual do vitinicultor brasileiro*, che diviene presto una classico di riferimento per la viticoltura brasiliana.

Nel 1928 nasce il *Sindacato Vitivinicolo di Rio Grande do Sul*, per far fronte ai problemi di concorrenza sleale e contraffazione dei vini della Serra Gaúcha, a San Paolo e Rio de Janeiro.

L'anno successivo, quarantanove case vinicole si mettono in società e creano alla *Companhia Vinicola Rio-Grandense*, con l'obiettivo di commercializzare la produzione dei soci direttamente ai consumatori del sud-est del Brasile, assumendo tutta la distribuzione della colonia, riuscendo ad aprire filiali a Salvador, Rio de Janeiro, Rio Grande e Curitiba.

La produzione di vini fini cominciò dopo l'introduzione della *vitis vinifera* nella Serra Gaúcha e come afferma il professor Jose Amarante, "furono le prime varietà che conquistarono il rispetto dei consumatori"[50](Amarante in Saldanha: 2013, pag.70).

Negli anni Cinquanta, la *Rio-Grandense* era la maggior organizzazione del settore vitivinicolo brasiliano. La *Rio-Grandense* era il fornitore della multinazionale italiana Martini & Rossi. Quando questa, negli anni Ottanta, non collaborò più, la *Rio Grandense* passò da controllare un terzo della produzione nella Serra Gaúcha, al 3 %, alla fine degli anni Ottanta (Anete Jalfim in Saldanha: 2013, pag.76). Negli anni successivi, continuano a nascere associazioni e istituzioni con l'obiettivo di

[50] Testo originale: " […] os primeiros varietais […] que conquistaram o respeito dos consumidores".

promuovere la formazione e il commercio, tra cui ricordiamo *União Brasileira de Vitivinicultura* (Uvibra), ancora attiva oggi.

IV.1.2 La viticoltura moderna

In questo paragrafo parleremo della viticoltura moderna, inteso come il passaggio dei viticoltori, da piccoli produttori di uva e vino, all'imprenditorialità. A partire dagli anni Settanta cominciano ad arrivare in Brasile alcune multinazionali, come le Heublein, oggi UDV, che acquistò l'azienda vinicola Dreher a Bento Gonçalves e anche l'italiana Martini & Rossi, che aprì delle cantine a Garibaldi, dove producevano vini fini. Arrivò anche Moët et Chandon, che diede inizio alla produzione di spumanti e vini da tavolo, con la denominazione M.Chandon.

La concorrenza incentivò lo sviluppo di nuove aziende brasiliane come Jota Pe, Casa Valduga e Monte Lemos e molte case vinicole della Serra Gaúcha iniziarono a produrre vini fini.

Negli anni Ottanta i viticoltori, ormai diventati imprenditori, si rendono conto che è necessario investire in nuove tecniche, come nell'utilizzo del sistema a spalliera. In questo periodo viene anche utilizzato un maggior numero di viti europee, viene introdotto l'acciaio inox per gli strumenti di lavoro e legna di maggiore qualità per le botti.

Dopo aver dovuto affrontare una piccola crisi economica alla fine degli anni Ottanta, il decennio sucessivo favorisce le piccole e medie imprese, che non producevano più solo uva ma vendevano anche vino.

Con l'apertura economica del Brasile, si registra un grande aumento delle importazioni, che rese il mercato molto più competitivo e la vita difficile alle grandi multinazionali.

Nel 1995, il Brasile entrò nell'*Office International de la Vigne et du vin* (OIV), organizzazione internazionale che definisce le norme internazionali per la produzione di vino. In questo periodo i produttori della Vale dos Vinhedos si unirono nella *Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos* (APROVALE), associazione con lo scopo migliorare la qualità dei vini prodotti e sviluppare l'enoturismo all'interno dell'area.

L'esportazione dei vini stava cominciando a crescere, tanto che nel 2002 alcune aziende locali crearono la *Wines from Brazil,* con l'obiettivo di promuovere il vino brasiliano nel mercato internazionale.

In questi anni viene conferita *l'indicazione di origine controllata* (IP) alle Vale dos Vinhedos, area di 81,123 km2, tra le città di Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, nella Serra Gaúcha. Successivamente la otterrano anche Pinto Bandeira, Monte Belo, Altos Montes e Farroupilha. Ogni indicazione di origine corrisponde a un "territoir vitivinícola" (Tonietto in Dal Pizzol, Pastor, 2016, pag. 6), con delle specifiche caratteristiche relative alle pratiche di coltivazione, di produzione, del suolo, della topografia, del clima, della biodiversità e del paesaggio.

Nel 2012, la Vale dos Vinhedos, con l'aiuto di Embrapa Uva e Vinho, ottiene la *Denominazione di Orgine Controllata (DO),* "concetto applicabile ai vini, le cui caratteristiche sono intimamente associate a una determinata regione (Saldanha, 2013, pag.117). Sono incluse in questa denominazione le regole su quali uve devono essere coltivate e la modalità, con definizioni riguardo il metodo di produzione e i procedimenti di controllo". [51]Si tratta del primo e unico caso, ad oggi, in tutto il Brasile. Attualmente il vino Brasiliano viene esportato in 31 Paesi al mondo; in ordine di compratori: Cina, Regno Unito, Russia, Olanda, Francia, Stati Uniti, Polonia, Svizzera, Finlandia e Belgio (Saldanha: 2013, pag.118). Nella Serra Gaúcha si concentra l'85% della produzione di vino brasiliano (Saldanha: 2013, pag.122).

IV.3 Il paesaggio vinicolo nella Serra Gaúcha

"Un paesaggio impregnato dall'ammirazione a un passato sacrificato, con lo sguardo rivolto all'Italia, ma con la presenza del Brasile nel futuro"[52]

Luis V.E. Pastor

[51] Testo originale: "Conceito aplicável a vinhos cuja características estejam intimamente associadas a uma determinada região, incluindo nessa denominação as regras sobres quais uvas devem ser cultivadas e como, com definições quanto a método de produção e procedimentos de controle".

[52] Testo originale: "Uma paisagem impregnada pela admiração a um passado sacrificado, com o olhar voltado a Itália, mas na presença no Brasil do futuro" (Pastor in Duarte, Flores, 2010, p.8).

La Serra Gaúcha si trova nel nord est dello stato di Rio Grande do Sul. Si tratta di una regione molto fertile, con un'altitudine media di 640 m, con suolo vulcanico e alluvionale, di carattere basaltico, ottime caratteristiche per la coltivazione della vite. Il clima è temperato, di tipo mediterraneo, caratterizzato da inverni freddi, anche con nevicate, ed estati con una temperatura media di 24 gradi. Le principali città della regione sono: Antonio Prado, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, São Marcos e Veranopolis; di questi i maggiori produttori sono: Bento Gonçalves, Flores da Cunha, Caxias do Sul, Garibaldi, Farroupilha (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.75). La coltivazione di vigneti nella regione supera il 40% della superficie (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.78), costituendo la coltivazione più importante, che arriva a produrre più dell'80% del vino nazionale.

Come già accennato nei paragrafi precedenti, nella Serra Gaúcha vi è una stretta relazione tra la viticoltura e l'immigrazione italiana, che si manifesta anche nel paesaggio locale. I vigneti sono infatti la rappresentazione dell'architettura popolare, della cultura italiana e della loro religiosità.

Il vigneto può essere considerato un punto essenziale della cultura italiana locale, in quanto si tratta di "un paesaggio copiato"[53] (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.26), strettamente relazionato al fenomeno migratorio. I migranti hanno utilizzato il sistema di viticoltura che conoscevano dalla propria infanzia, quello della pergola, comunemente usato in Italia. Decisero di adottare questo sistema a chilometri di distanza, che riuscì ad adattarsi perfettamente alla nuova situazione climatica e al terreno. Non avendo a disposizione fili di ferro, che furono introdotti solamente negli ultimi anni del XIX secolo (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.139), i migranti, si trovarono costretti ad utilizzare il sistema della pergola Trentina, approfittando dell'abbondanza di legname. A diffondere il sistema della pergola " furono principalmente i coloni trentini e del Tirolo, dove questo sistema, molto più perfezionato, era ed è ancora oggi molto usato"[54] (Gobbato in Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.140). Questo tipo di struttura ricordava ai migranti la propria patria e la grande quantità di legna presenti nella regione della Serra Gaúcha favorì sicuramente questa scelta che si rivelò un'

[53] Testo originale: "Uma paisagem copiada"

[54] Testo orginale: "[…] foram principakmente os colonos do Trentino e do Tyrol onde este sistema, muito mais aperfecionado, era e è ainda agora muito usado".

alternativa economica, che permetteva di produrre uva in grandi quantità, rispetto ad altri sistemi di coltivazione. Ancora oggi, il sistema della pergola caratterizza il paesaggio della Serra Gaúcha (Falcade, 2006, p.9), e rispetto a quello a spalliera occupa una zona più vasta della regione.

Si può quindi affermare che il paesaggio della Serra Gaúcha "riflette l'identità dell'immigrazione"[55] (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.27), fattore che lo rende molto attrattivo per i visitatori.

Un altro elemento distintivo del paesaggio della Serra Gaúcha è la pietra, con la quale erano costruiti i muri divisori dei vigneti, ancora individuabili oggi e dove spesso vengono appoggiati i fili di ferro che supportano le pergole. Le pietre, un tempo raccolte manualmente dal terreno, sono utilizzate per recintare i vigneti: si tratta per lo più di granito, basalto o ardesia.

Figura IV.5 Muri divisori costruiti con pietre (DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.141)

Una particolarità del vigneto della Serra Gaúcha è l'utilizzo del platano come supporto alla struttura della pergola, nel cui tronco vengono incorporati i fili di metallo. I platani sono facili da piantare, possono essere potati e supportano bene le spinte della vite. A lato dei vigneti, vicino alla strada, è possibile trovare un deposito

[55] Testo originale: "Reflete a identidade da imigração"

per l'acqua, generalmente in cemento, per preparare i trattamenti per le malattie delle piante.

Figura IV.6 La potatura dei Platani DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.147)

Figura IV.7 Platani attorno ai vigneti. (DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.147)

L'attività vinicola aveva bisogno della cantina per elaborare il vino, che era anticamente costruita nella casa del produttore. Era considerata un luogo di ritrovo per gli uomini, in cui apprezzare il vino e per fare conversazione, specialmente durante i mesi invernali. A partire dal 1910, con l'evoluzione della viticoltura, i migranti cominciano a costruire delle vere e proprie cantine. Negli anni Sessanta, la marca del vino prodotto comincia a manifestarsi anche attraverso l'architettura, le cantine d'autore, costruite da famosi architetti, cominciano a diffondersi negli Stati Uniti. Nella Serra Gaúcha, si trova la cantina Luiz Argenta, opera dell'architetto Vanja Hertcet, un moderno edificio di design, costruito nel 2009, molto attrattivo per i turisti.

Figura IV.8 La vinicola Luiz Argenta
(http://3.bp.blogspot.com/_M0oCjBfjMV4/TIaWUM0qeXI/AAAAAAA ABOk/KkyUNbqurWE/s1600/sede+luiz+argenta.jpg)

L'eredità dei migranti è ben presente nel territorio della Serra Gaúcha. Secondo testimonianze orali, quando gli italiani si stabilirono nella Serra costruirono le loro case in legno. Nelle costruzioni non utilizzavano il ferro, perché era un materiale molto costoso ai tempi, ma pietre basaltiche per le fondamenta e legno per il resto della costruzione, come si può vedere nel progetto Villa Fitarelli[56].

[56] Progetto di Luiz Fitarelli, di ricostruzione del passato dell'emigrazione italiana riproducendo alcuni edifici originali dell'epoca, e collezionando strumenti di lavoro.

Figura IV.9 Villa Fitarelli (http://4.bp.blogspot.com/-JVAJk7kHbgQ/U8RQbNa0fSI/AAAAAAAAA44/5iGqNgpA4ts/s1600/IMG_1805.JPG)

Le cappelle religiose possono essere considerate altre costruzioni tipiche del paesaggio locale, erette in una prima fase dell'immigrazione, quando non vi erano sacerdoti per celebrare le funzioni e mostrano l' importanza della fede per i migranti italiani. Queste costruzioni religiose, hanno dato origine alle città della Serra Gaúcha e i nomi di queste cappelle erano un riferimento per indicare il nome della località o della piantagione.

Il paesaggio locale si contraddistingue anche per i moderni complessi enoturistici, soprattutto all'interno della Vale dos Vinhedos, di cui se ne parlerà nei paragrafi successivi.

Il paesaggio vinicolo della Serra Gaúcha, convive ancora con altre coltivazioni e molte aree non disboscate, che si presenta con una disposizione a mosaico. (Falcade, 2006, p.10). La sua particolarità è lo "sprito del vino del migrante"[57] che è unico, ed è secondo i ricercatori Dal Pizzol e Pastor, il vero punto di forza della Serra Gaúcha, in termini di attrazione turistica; il paesaggio culturale, inteso come Il paesaggio culturale, inteso come "le differenti manifestazioni dell'interazione tra uomo e

[57] Testo originale: "O espirito do vinho do imigrante".

l'ambiente"[58] (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.179), richiama l'attenzione del visitatore e costituisce un vero e proprio patrimonio culturale.

Figura IV.10 Il paesaggio a mosaico della Serra Gaúcha (http://www.carpemundi.com.br/wp-content/uploads/2016/02/vale-dos-vinhedos-serra-Gaúcha-sul.jpg)

IV.4 L'enoturismo nella Serra Gaúcha

Secondo Falcade (2004, p. 192) l'enoturismo nella regione della Serra Gaúcha può essere suddiviso in tre periodi. La prima fase, indicativamente dal 1930 al 1970, è caratterizzata dai visitatori, solitamente discendenti di migranti italiani, che si recavano nella Serra Gaúcha nel periodo della vendemmia, e ne approfittavano anche per visitare parenti e amici, bevendo del buon vino in compagnia. A questo gruppo si aggiungono presto visitatori delle mostre agroindustriali e della festa dell'uva, specialmente nella città di Caxias do Sul. L'espansione dell'enoturismo continua con una seconda fase, che va indicativamente dalla fine degli anni Sessanta al 1995, con gruppi di persone che viaggiavano solamente in occasione delle fiere ed esposizioni di uva e vino e altri prodotti agricoli e industriali. In questa fase l'enoturismo contribuisce a costruire un'identità della sua regione e dei suoi prodotti. A partire dagli anni Ottanta, alcune grandi case vinicole nelle zone urbane, cominciarono ad

[58] Testo originale: " as diferentes manifestações da interação entre o homem o meio ambiente".

accogliere visitatori, organizzando un percorso interno, guidato da una persona minimamente qualificata, con degustazioni di vino e con l'obiettivo di vendere i prodotti dell'azienda. Alcune vinicole, introducono anche corsi di degustazione tenuti da enologi esperti di uno o più giorni.

L'espansione dell'enoturismo all'interno della Serra Gaúcha avviene negli anni Novanta, con l'aumento di coltivazione della *vitis vinifera* (Falcade, 2004, p.194). Questa fase corrisponde al terzo ed ultimo stadio dell'enoturismo nella regione, considerato come un periodo di consolidazione del fenomeno. Cominciano a nascere delle associazioni, degli itinerari specifici per i visitatori, anche nelle zone rurali della regione, come per esempio l'itinerario della Vale dos Vinhedos, quello del Caminhos da Colonia e l'itinerario Rota dos Espumantes, e persino le piccole imprese famigliari cominciano a trarre benefici economici dall'enoturismo.

L'idea era la stessa già utilizzata dalle vinicole urbane, con la differenza che generalmente nelle zone rurali era una persona di famiglia con formazione enologica, che si occupava di mostrare la vinicola e far degustare i propri vini ai visitatori.

L'aumento del flusso di visitatori ha portato le imprese a dedicare degli spazi specifici ai propri ospiti, sia all'interno che all'esterno della vinicola. Oltre alla vendita di vini, l'enoturismo ha favorito anche il commercio di prodotti gastronomici e dell'artigianato locale.

Quando nasce l'enoturismo, la principale attrazione dei visitatori era la cantina. La cantina acquisisce con il tempo un'importanza straordinaria (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.177), tanto che alcuni proprietari incaricano degli architetti professionisti per costruire le cantine e altri iniziano a costruire dei veri e proprio complessi enoturistici. Negli ultimi anni si è assistito però a un particolare aumento dell'interesse del visitatore per il paesaggio intorno alla cantina. Coloro che apprezzano il vino, sono già a conoscenza delle fasi di elaborazione del vino, e si mostrano più interessati all'*esperienza*, piuttosto del calice di vino. Secondo Rinaldo Dal Pizzol, "il vino è un prodotto culturale, ricco di emozioni e solo il 30% è nel calice, il resto è fuori" (Dal Pizzol, luglio 2016, intervista a cura dell'autrice). E' importante riuscire a far apprezzare al visitatore lo spazio agrario, lo spazio produttivo, che "possiamo considerare un valore patrimoniale, nato dalla personale cultura degli autori di questo luogo trasformato. In tutto ciò vi è una relazione diretta con le caratteristiche culturali

della popolazione e l'attività agricola che modifica il paesaggio"[59] (Dal Pizzol, Pastor, 2016, p.178).

Il turista, che visita le regioni vinicole brasiliane è attratto principalmente dalla differenza con il paesaggio urbano che conosce e che con la visita ai vigneti "attiva delle emozioni e delle esperienze che incantano e motivano il suo ritorno"[60] (Galvão in Lavandoski, 2008, p.76).

La vendemmia è un'attività emozionante per il produttore, che rappresenta il risultato di un anno di lavoro, per questo motivo attrae molti turisti, che desiderano condividere quel momento di grande emozione, tanto che molte aziende vinicole, propongono la partecipazione a questo evento.

Di particolare interesse nell'attività proposte dall'ufficio del turismo di Bento Gonçalves è la "colheita simbolica", raccolta simbolica dell'uva del Vigneto del Mondo, della casa vinicola Dal Pizzol, dove gli invitati speciali hanno la possibilità di raccogliere l'uva di questo famoso vigneto, che contiene 400 varietà di vite provenienti da tutto il mondo.

Durante questo evento si celebra la cultura del vino e la solidarietà tra le nazioni; si tratta della terza maggior collezione di varietà di uva provenienti di tutto il mondo e la più grande dell'America Latina.

Figura IV.11 Il Vigneto del Mondo

[59] Testo originale: " […] podemos considerar um valor patrimonial surgido da própria cultura dos autores desse lugar transformado. Ha nisso tudo uma relação direita entre as características culturais do povo e a atividade agraria modificadora da paisagem".

[60] Testo originale: "[..] reativa emoções e experiências que encantam e motivam seu o retorno"

Secondo Tonini (luglio 2016, intervista a cura dell'autrice) l'enoturismo nella Serra Gaúcha dà al turista la possibilità di conoscere il mondo del vino attraverso l'*esperienza*, che lascia un segno nella memoria del visitatore.

IV.5 La Vale dos Vinhedos

In questo paragrafo, parleremo della Vale dos Vinhedos, prima regione ad ottenere l'Indicazione di Origine e, ad oggi (2016), l'unica ad avere la Denominazione di Origine. Quest'area è molto interessante perché è considerata la principale destinazione enoturistica dell'enoturismo brasilian.
La Vale dos Vinhedos, chiamata così per le sue valli ricoperte da vigneti, corrisponde ad un'area di 81.123 km, che si trova tra le città di Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul.

Figura IV.12 La Vale dos Vinhedos e Bento Gonçalves (Google Maps)

La regione rappresenta il "legame storico, culturale e gastronomico, lasciato dai migranti italiani che arrivarono in questa regione nel 1875" (Aprovale, 2016, p.2). Il passato, relativamente giovane, è un elemento essenziale per i turisti che visitano la Vale dos Vinhedos, circa 390 mila ogni anno. [61]

All'inizio degli anni Novanta nella Vale dos Vinhedos c'erano poche vinicole che accoglievano i turisti. La situazione cambia con la nascita di APROVALE, fondata il 21 febbraio del 1995, con la "missione di promuovere lo sviluppo sostenibile della Vale dos Vinhedos, attraverso l'enoturismo, l'integrazione degli associati con la comunità e la continua ricerca di eccellenza nei suoi prodotti e servizi (Aprovale, 2016, p.9)."[62] Nel 1995 era composta solamente da sei case vinicole associate, che volevano migliorare la qualità del vino, dare maggior valore ai propri prodotti, far conoscere la regione, generare nuovi posti di lavoro e valorizzare il patrimonio agricolo delle imprese. Oggi è un'associazione che riunisce 26 case vinicole e 43 imprese legate al turismo che operano nell'area. Le 26 vinicole associate, producono il 17% dei vini fini e il 12% degli spumanti nazionali (Aprovale, 2016,p 10).

Nella Vale dos Vinhedos l'enoturismo non è caraterizzato solamente dalla produzione di vino di qualità ma anche dalla forte cultura e identità della regione. Questa è espressa in diverse forme, dalla gastronomia, al vino, all'architettura, alla religiosità, elementi già analizzati nei precedenti paragrafi.

All'interno della Vale dos Vinhedos anche il paesaggio ha un ruolo fondamentale, poiché permette all'enoturista di vedere ciò che le persone hanno costruito con il loro duro lavoro. Le colline della Vale dos Vinhedos sono una grande attrazione per il visitatore e il paesaggio si trasforma durante le diverse stagioni dell'anno. I colori dell'uva vengono ben presto sostituiti dal colore delle foglie delle viti che cambiano passando dal verde, al giallo, al rosso, prima del periodo della "dormencia", di riposo. Il turista può trovare sia piccole vinicole famigliari, sia grandi multinazionali di fama mondiale e decidere se soggiornare in soluzioni più "chic" come la SPA do Vinho, Villa Michelon, oppure in piccole pousadas di gestione famigliare, che offrono un'esperienza più raccolta e forse più autentica.

---

[61] Dati forniti da APROVALE all'autrice.

[62] Testo originale: "[…] missão de promover o desenvolvimento sustentável do Vale dos Vinhedos, através do enoturismo, da integração entra os associados e a comunidade, e para fomentar a busca continua pela excelência em produtos e serviços".

Figura IV.13 Itinerario della Vale dos Vinhedos (http://www.bemparana.com.br/comerecurtir/wp-content/uploads/2015/09/img_mapa_a.jpg)

Nella Vale dos Vinhedos ci sono diversi complessi enoturistici, tra cui ricordiamo Casa Valduga, la vinicola pioniera dell'enoturismo di lusso in Brasile, in cui i primi visitatori, che avevano la possibilità di dormire nella vinicola, venivano accolti da Luiz Valduga personalmente, che degustava i prodotti coloniali, i vini, come se i visitatori fossero suoi amici. L'idea pioniera ebbe successo, tanto che altre case vinicole cominciarono a dedicarsi all'enoturismo.

Figura IV.14 Casa Valduga (http://3.bp.blogspot.com/-FMEaKRLvAt8/VhKDIw0UpWI/AAAAAAAAPyk/kiIcHQ2FQts/s1600/valedosvinhedos_casavalduga_raphanomundo%2B%25282%2Bde%2B7%2529.jpg)

In relazione all'enoturismo della Vale dos Vinhedos, emerge l'importanza del fattore *esperienza*. L'ospitalità locale, soprattutto le imprese famigliari, dove il turista incontra i componenti della famiglia che si fermano a "chiacchierare "con il visitatore, regalano un'esperienza incredibile per il turista.

Le imprese locali, considerato il forte aumento del flusso turistico, hanno investito molto nelle strutture ricettive, in ristoranti e nuove sale dedicate alla degustazione dei vini, e nel personale qualificato che accoglie i turisti, nel caso delle vinicole. Dal 1995, con la nascita di APROVALE, sono state migliorate le indicazioni stradali, le infrastrutture, i vini hanno acquisito un nome e sono aumentate le esportazioni. L'associazione si occupa inoltre di gestire un calendario di eventi, articolato in tutti le stagioni dell'anno, mette a disposizione un sito internet ben strutturato, grazie al quale è possibile reperire con facilità informazioni sull'itinerario Vale dos Vinhedos e accoglie i turisti nel centro di informazione a loro dedicato nella propria sede, posizionata strategicamente a 500 m dalla strada principale che porta a Bento Gonçalves, all'ingresso della Vale dos Vinhedos.

La Valle dos Vinhedos offre inoltre la possibilità di fare delle camminate ecologiche sulle sue colline, di visitare il Memorial do Vinho e la Casa do Filò, dove è possibile conoscere la storia del vino rio-grandense e dei migranti italiani.

La Vale dos Vinhedos ha ottenuto l'indicazione di provenienza (IP) nel 2002, che secondo APROVALE ha avuto un ruolo importante nello sviluppo economico locale. Tra gli impatti osservati nella regione vi è la soddisfazione del produttore, poiché viene riconosciuto un valore speciale alla sua proprietà. La IP ha inoltre stimolato degli investimenti nella zona di produzione, migliorato la qualità dei prodotti locali, facendo in modo che la domanda di prodotto fosse più costante, in quanto crea la fidelizzazione del cliente, che sa di avere a che fare con un prodotto di qualità. Contribuisce alla preservazione delle caratteristiche dei prodotti e ovviamente ha dato maggiore possibilità allo sviluppo dell'enoturismo. La Denominazione di Origine (D.O) sancisce delle regole più rigide in relazione alla produzione e all' elaborazione del vino e ovviamente contribuisce, ancor più della Indicazione di Origine a rafforzare il brand dei prodotti della Vale dos Vinhedos ed è utilizzata come strategia di marketing per promuovere l'enoturismo nell'area

IV.5.1 I profili dei visitatori della Vale dos Vinhedos

Come già accennato nei paragrafi precedenti, il fenomeno turistico all'interno della Vale dos Vinhedos è relativamente giovane e si è sviluppato principalmente negli ultimi vent'anni. Per questo motivo non è facile trovare materiale bibliografico e raccolte di dati a riguardo.

In questo paragrafo parleremo dei profili dei visitatori della Vale dos Vinhedos. I dati usati, sono ottenuti mediante conversazioni informali con i visitatori presso il centro d' informazione della sede di APROVALE, altri sono frutto dell'elaborazione dei dati della ricerca di Zanini nella sua tesi di laurea magistrale. A questi, saranno aggiunte le considerazioni dell'autrice basate sull'esperienza personale di ricerca sul campo.

Secondo i dati di APROVALE i mesi con maggiore flusso di visitatori sono giugno e luglio, in quanto coincidono con le vacanze scolastiche e l'inverno, un periodo molto caratteristico per la regione. Durante l'inverno le temperature si abbassano e alcune volte è caratterizzato da nevicate, fenomeno molto suggestivo soprattutto per i brasiliani, abituati a convivere con temperature tropicali. Dicembre e gennaio sono gli altri mesi più visitati, probabilmente anche perché coincidono con le vacanze scolastiche e, poiché è periodo di vendemmia, vi è una ricca offerta di eventi.

L'associazione ritiene che il numero dei visitatori sia aumentato negli ultimi anni a causa di diversi fattori come la valorizzazione territoriale avuta dall'Indicazione di Provenienza e della Denominazione di Origine, l'investimento nel miglioramento della qualità dei prodotti, lo sviluppo di un piano di marketing con la promozione turistica d'itinerari e prodotti locali, oltre alla partecipazione a ferie ed eventi, dedicati al turismo e al vino e la forte collaborazione con la segreteria del turismo di Bento Gonçalves.

Secondo APROVALE l'enoturismo è la maggior attrazione per i visitatori che si recano nella Vale dos Vinhedos ma i visitatori trovano inoltre un'ampia offerta gastronomica e apprezzano il paesaggio e il contesto culturale, come abbiamo già visto nei precedenti paragrafi.

Si tratta generalmente di adulti, nella maggior parte dei casi di coppie e gruppi famigliari o gruppi di amici, che organizzano il viaggio in totale autonomia, senza avvalersi di guide, escursioni organizzate o agenzie turistiche. La Vale dos Vinhedos non riceve molti turisti internazionali, sono più che altro brasiliani. La maggior parte proviene dalla zona urbana di Porto Alegre, capitale di Rio Grande do Sul, seguito da

turisti provenienti dallo Stato di San Paolo, Santa Caterina, Pernabuco e Rio de Janeiro.

Sono persone automunite, che si spostano in autonomia, anche considerato il carente sistema di trasporti pubblici, totalmente inesistenti per percorrere l'itinerario della Vale dos Vinhedos.

Il tempo medio di permanenza dei visitatori è di uno o due giorni. Per esempio nel caso di chi proviene da Rio Grande do Sul, si tratta di persone che cercano di evadere dalla quotidianità e optano per un weekend fuori porta. Chi invece proviene da altri stati, spesso acquista pacchetti turistici che gli permettono di visitare le maggiori attrazioni turistiche della Serra Gaúcha, i quali includono anche la visita in giornata della Vale dos Vinhedos. Secondo Zanini (2007, p.115) più del 70% dei turisti, hanno molto interesse a visitare le case vinicole. Inoltre, l'80% considera la gastronomia locale un fattore attrattivo, probabilmente perché molto rinomata a livello nazionale, per le sue ricette influenzate dall'immigrazione italiana. Più dell'80% degli intervistati da Zanini, affermano anche di essere molto interessati ad imparare a degustare i vini, e questo spiegherebbe il successo dei corsi di degustazione, proposti dalle case vinicole all'interno della Vale dos Vinhedos. Anche l'interesse per la storia e la cultura locale, sembrano fattori che influenzano i visitatori della Vale dos Vinhedos: quasi l'85% dei visitatori afferma di essere interessato all'aspetto culturale.

Dalle ricerche sul campo, attraverso conversazioni formali con albergatori, esperti in turismo e viticoltori, è emerso che si tratta per lo più di persone che non visitano la regione con l'obiettivo di fare enoturismo, ma più che altro interessati all'immigrazione europea di Rio Grande do Sul, e l'eredità italiana all'interno della Vale dos Vinhedos, che poi si avvicinano all'enoturismo senza rimanerne delusi.

IV.6 Itinerari enoturistici ed enogastronomici all'interno della Serra Gaúcha

In Italia, la prima strada del vino nasce nel 1966, "Strada del vin bianco", che diventerà in seguito la "Strada del Prosecco" tra Valdobbiane e Conegliano su idea del Professor Umberto Cosmo, che seguì il modello della "Deutsche Weinstrasse" ideata negli anni Trenta in Germania, nella valle del Reno e nella valle del Mosella (Monterumisi, 2005, p. 17). La legge nazionale definisce le Strade del Vino come "percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori

naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole o associate aperte al pubblico".[63] La strada del vino è un itinerario in cui il territorio diventa un prodotto turistico vendibile, attrae chi ama l'ambiente, la storia e le tradizioni, valorizza il territorio e i prodotti, facendone conoscere le fasi di elaborazione e produzione e favorendo la loro commercializzazione; la Strada del Vino contribuisce a migliorare la qualità dei prodotti e delle strutture ricettive, promuove inoltre la cultura del territorio (Monterumisi, 2005, p. 20). Le strade del vino devono essere ben organizzate, devono avere un tema che faccia da filo conduttore e che la faccia riconoscere una dall'altra, e devono saper valorizzare i paesaggi, la storia e la qualità del vino.

Nella Serra Gaúcha, l'offerta d'itinerari enoturistici è piuttosto ampia. Vista la vastità degli itinerari disponibili, abbiamo deciso di analizzare in questo paragrafo solo alcuni dei principali itinerari, partendo dalla città di Bento Gonçalves, punto di partenza della ricerca sul campo dell'autrice, capitale del vino e della viticoltura brasiliana.

La segreteria del turismo di Bento Gonçalves propone una serie d'itinerari. L'ufficio informativo si trova nel centro della città, dove il visitatore è accolto dal personale molto gentile e preparato. E' possibile reperire materiale cartaceo, come carte con relative indicazioni sull'accesso agli itinerari e le loro attrazioni.

Prima di entrare in dettaglio con la descrizione di alcuni itinerari enoturistici della regione, è bene fare una considerazione generale: tutti gli itinerari sono pensati per visitatori automuniti. All'interno della regione il sistema dei trasporti pubblici è piuttosto carente e l'unico modo per spostarsi è con auto propria o in taxi, scelta piuttosto onerosa.

L'itinerario più gettonato è la "Rota do Vale dos Vinhedos", per le caratteristiche uniche del suo paesaggio già accennate nei paragrafi precedenti. L'itinerario è molto ben organizzato, il visitatore assapora del buon vino, visita le vinicole, scopre la viticoltura come eredità italiana e rimane incantato dal paesaggio. Generalmente le piccole imprese famigliari non richiedono di pagare per visitare la vinicola, a differenza della grandi aziende come Miolo e Casa Valduga e alcune vinicole "di design", come per esempio Cave de Pedra, costruita con un'architettura tipica medievale. Normalmente il prezzo si aggira attorno a 30/40 R$ e comprende visita

[63] Fonte: http://www.parlamento.it/parlam/leggi/99268l.htm

guidata e degustazione dei vini durante la visita. Le vinicole non sono troppo lontane tra loro, e considerato che è la sperimentazione enoturistica più antica della Serra Gaúcha, l'*esperienza* è assicurata.

Figura IV.15 La vinicola Cave de Pedra
(http://www.feriasbrasil.com.br/fotosfb/374819246-XG.jpg)

Un altro itinerario degno di nota e molto caratteristico è la "Rota das Cantinas Historicas", nel distretto di Faria Lemos, a pochi minuti dal centro di Bento Gonçalves. In questo itinerario il protagonista è il paesaggio del colono italiano, caratterizzato da boschi, vigneti delimitati da platani e il fiume Antas e i suoi affluenti. Una delle vinicole più affascinanti in questa *rota* è la vinicola Dal Pizzol, famosa per il suo museo a cielo aperto di 80 mila m^2, l'Ecomuseu do Vinho, con laghi e locali coloniali che celebrano la cultura del vino degli immigrati italiani. La vinicola ha una sala dedicata alla degustazione dei prodotti e un ristorante, dove su prenotazione, è possibile organizzare dei pranzi con una magnifica vista sul lago. Il luogo è molto attrattivo per le famiglie, nel parco ci sono anche diversi animali, come muli e pavoni, che emozionano il visitatore che vive nelle metropoli brasiliane "che vuole vivere qualcosa di autentico" e cerca il contato con la natura (Dal Pizzol, luglio 2016, intervista a cura dell'autrice). Questo itinerario è ben indicato sul sito ufficiale, dove ci sono dei consigli secondo la tipologia di visitatori: per le coppie, il sito indica

le vinicole più suggestive in cui è possibile trovare un'atmosfera intima, per le famiglie vinicole con attrazioni per bambini.

Figura IV.16 L'enoteca dell'Ecomuseo do Vinho

Un altro itinerario molto famoso è il "Caminhos de Pedra", nel quale sono presenti alcune vinicole ma anche molte case che riprendono la tradizione enogastronomica italiana. Questo percorso permette al visitatore di scoprire le tradizioni culinarie italiane, visitando la "casa del pomodoro", la "casa della pasta", sperimentando la cucina nei ristoranti presenti, la maggior parte gestiti da imprese famigliari. Un itinerario pensato per tutti, e indicato per le famiglie. Vi sono infatti diverse attrazioni per bambini, tra cui ricordiamo per esempio le attività per bambini all'interno della Casa da Ovelha, "casa della pecora". I più piccoli possono divertirsi vedendo la tosatura delle pecore, la loro mungitura partecipando attivamente e una corsa delle pecore con delle bambole sulla schiena. Questo "museo" nella zona rurale di Bento Gonçalves è riuscito a preservare l'architettura, i costumi e la gastronomia dei coloni.
Le proprietà sono gestite direttamente da discendenti di migranti, che rendono l'esperienza ancora più autentica. C'è un centro informativo per i turisti, dove possono trovare una mappa dell'itinerario e avere informazioni. Il sito web è molto chiaro ed è possibile trovare i contatti di alcune agenzie di viaggio che offrono un tour guidato con una guida locale, che racconterà in dettaglio ai visitatori le tradizioni

ereditate dai coloni italiani. Questo *roteiro* è parte del progetto "Roteiros turísticos e patrimônio da imigração italiana", con il quale si vuole valorizzare i *Caminhos* che i migranti effettuarono per colonizzare quelle terre.

Figura IV.17 Casa Vanni, una costruzione tipica coloniale all'interno del Caminhos de Pedra..

Fuori dai vari *roteiros*, nel centro della città di Bento Gonçalves si trova la vinicola Aurora. Sebbene la cooperativa Aurora non faccia parte di un itinerario enoturistico, è interessante spendere alcune parole a riguardo. Questa vinicola riceve un gran numero di visitatori ogni anno, circa 160.000. (Possamai, luglio 2016, intervista a cura dell'autrice). Dalle 8.15 alle 17.00 è possibile visitarla ed è facilmente accessibile anche a piedi dal centro città. La visita comprende anche una degustazione gratuita. L'esperienza turistica in questo caso è ben diversa da quella che si può trovare in un *roteiro* nel mezzo della natura, la vinicola punta molto sul turismo di massa. Avendo una convenzione con il tour operator brasiliano CVC, riceve circa dieci autobus al giorno carichi di turisti. L'obiettivo dell'azienda è di far conoscere i prodotti che è possibile trovare in qualsiasi supermercato brasiliano, quindi fidelizzare il cliente alla consumazione di quei prodotti. Comparata con altre vinicole, la vinicola Aurora è una delle poche che propone un questionario di soddisfazione alla clientela alla fine della visita, riuscendo a raccogliere informazioni su provenienza, gusti, opinione e profili dei visitatori al fine di migliorare i suoi servizi turistici e che invita i turisti a lasciare una recensione su Tripadvisor.

Figura IV.18 La cooperativa Aurora che invita i clienti al termine della visita a lasciare una recensione su Tripadvisor

Alla fine della visita alle vinicole, molti turisti comprano dei prodotti. Se consideriamo che i clienti sono per la grande maggioranza brasiliani, e che molti raggiungono Rio Grande do Sul in aereo, è importante ricordare che sui i voli nazionali è possibile portare con sé come bagaglio a mano fino a 5 lt di vino per persona.

Gli itinerari della Serra Gaúcha, tentano di valorizzare l'italianità di quei luoghi. Negli ultimi anni sono nate diverse collaborazioni tra alcune province italiane e i comuni di Rio Grande do Sul con l'obiettivo di promuovere la presenza italiana nella regione. L'Unione Europea nel 2002 ha finanziato un progetto chiamato "Roteiros turísticos da imigração italiana" con l'obiettivo di "sensibilizzare le coscienze italiane nei riguardi dell'emigrazione" (Cristaldi, 2015, p. 113). Gli itinerari proposti nella regione sono il punto di partenza di scoperta delle impronte dell'immigrazione italiana. L'italianità viene esaltata dai suoi abitanti, dagli operatori turistici ed è commercializzata con l'obiettivo di attrarre e incantare i turisti, che sperimenteranno qualcosa di spettacolare, completamente diverso da tutto ciò che si può trovare in Brasile

IV.7 L'enoturismo nella Serra Gaúcha: punti di forza, criticità, prospettive.

Dopo aver descritto alcuni itinerari enoturistici, in questo paragrafo faremo delle considerazioni sull'enoturismo nella Serra Gaúcha.[64]

Sicuramente il vero punto di forza della regione è l'ampia offerta turistica. Il visitatore vuole visitare la regione per conoscere la cultura europea, e può visitare le città in cui s'insediarono gli italiani o altre città come Gramado, testimonianza dell'immigrazione tedesca. I turisti adorano rivivere il passato a bordo del treno Maria Fumaça, dove durante il tragitto si celebra la cultura italiana e si fanno degustazioni di succo d'uva, vino e spumante mentre si assiste a delle performance di tarantella, di teatro. D'altronde come ha detto Gliberto Durante (luglio 2016, intervista a cura dell'autrice), segretario del turismo di Bento, la regione è "l'opzione europea fuori dall'Europa", e questo la rende indiscutibilmente una destinazione desiderata, soprattutto dai brasiliani, che vorrebbero volare in Europa, ma scelgono Rio Grande do Sul per questioni di budget. Oltre alla forte presenza della cultura europea, il territorio offre la possibilità di svolgere diverse attività a contatto con la natura, come camminate, arrampicata su roccia, rafting nei canyon della regione, adatte soprattutto ai visitatori che vogliono evadere dalla vita frenetica nelle metropoli brasiliane. Non mancano inoltre attrazioni in grado di accontentare anche i più piccoli e le loro famiglie, come parchi a tema.

A proposito dell'enoturismo si può dire che le aziende vinicole hanno preso coscienza delle grandi possibilità dell'enoturismo e si dimostrano sempre favorevoli ad aprire le loro porte ai visitatori, nonostante l'enoturismo sia, come abbiamo detto, un fenomeno molto giovane. Nelle aziende vinicole più piccole, come in alcune imprese famigliari, generalmente è direttamente il titolare che riceve le persone, e questo fa si che si crei un'*esperienza* veramente autentica, che rimane nella memoria del visitatore. In altri casi, i titolari hanno assunto del personale specifico, spesso con formazione turistica o enologica, che si occupa della visita. Sono in grado di gestire la visita, con buone doti comunicative e si mostrano come dei veri "portavoce della

[64] Le considerazioni presenti in questo paragrafo non vanno ritenute valide per tutta le località della Serra Gaúcha, ma più che altro per la zona di Bento e dintorni, area in cui si è concentrata la ricerca sul campo dell'autrice.

cultura del vino", disponibili a spiegare le fasi di elaborazione del vino, anche a chi non è un appassionato enoturista.

Le aziende hanno progettato dei percorsi specifici per i visitatori e sanno gestire bene l'esperienza enoturistica. Hanno siti web ben organizzati con mappe, orari per le visite, condizioni per eventuali prenotazioni, prezzi per le visite e corsi di degustazione. Alcune aziende hanno inoltre saputo arricchire l'offerta turistica con eventi, come cene organizzate, conferenze. Le aziende lamentano una scarsa collaborazione tra il potere pubblico e privato, affermando che le autorità dovrebbero lavorare più intensamente su quest'aspetto. Non si può però dire che la collaborazione sia inesistente, visto il numero di associazioni dedicate a implementare l'enoturismo nella regione, ma che piuttosto si potrebbe migliorare.

Anche gli itinerari enoturistici sono molto ben organizzati, le indicazioni stradali non mancano e spesso esiste un sito dedicato attraverso il quale è possibile trovare molte informazioni a riguardo, e anche il materiale illustrativo cartaceo è molto facile da reperire. Le informazioni sono esposte in maniera comprensibile a tutti, e nella maggior parte dei casi, il personale dedicato all'interno degli uffici turistici è molto preparato e disponibile a consigliare il visitatore. Non sempre i siti web degli itinerari e il materiale cartaceo sono tradotti in altre lingue. Questo probabilmente perché il turismo della Serra Gaúcha attrae per lo più turisti nazionali; la presenza di turisti internazionali è davvero minima e quindi le associazioni non sono incentivate a pubblicare informazioni anche in altre lingue, come spagnolo e inglese.

Anche l'offerta gastronomica rappresenta un fattore importante, come patrimonio culturale della regione, influenzata dall'immigrazione europea e in stretta relazione con l'enoturismo. All'interno delle vinicole, è possibile trovare diversi ristoranti che offrono specialità italo-brasiliane da assaporare con del buon vino brasiliano.

Una particolare attenzione va anche riservata ai grandi eventi. Nella città di Bento, vengono organizzati molte fiere e congressi, nello spazio eventi messo a disposizione dal comune. Il Parque de Eventos è una struttura enorme, con un'area al coperto di 58.000 m2, con eliapprodo e la possibilità di far entrare nell'area che circonda la struttura circa 2500 automobili, ideale per organizzare grandi esposizioni. L'idea è di riuscire a far conoscere anche a chi partecipa a questi eventi, del tutto estranei al mondo del vino, l'offerta enogastronomica e turistica della regione.

Figura IV.19 Il Parque dos Eventos di Bento (http://img.olaserraGaúcha.com.br/noticias/economia-e-negocios/1316198458399782.jpg)

Il municipio, non ospita solamente eventi esterni, ma ne organizza molti in collaborazione con le aziende vinicole, articolati in tutte le stagioni dell'anno, che attraggono turisti da tutto il Brasile tra cui ricordiamo la Settimana Italiana di Bento e Bento em Vindima, durante il periodo della vendemmia.

Probabilmente il più grande punto negativo, confermato anche dagli intervistati dall'autrice durante la ricerca sul campo, è l'accessibilità. Accedere alla regione con i mezzi pubblici dall'aeroporto internazionale di Porto Alegre richiede circa mezza giornata. La soluzione migliore è noleggiare un'automobile direttamente all'aeroporto di Porto Alegre e raggiungere la Serra Gaúcha. L'auto si rivelerà indispensabile per visitare la regione, considerato lo scarso sistema di trasporti pubblici, e soprattutto per percorrere gli itinerari enoturistici. L'alternativa al noleggio rimane il taxi, ma si tratta di una scelta piuttosto onerosa. Purtroppo, non ci sono altre possibilità più eco-sostenibili per percorrere gli itinerari enogastronomici, come per esempio accade in Argentina nella regione enoturistica di Mendoza, dove è possibile spostarsi tra le vinicole in bicicletta. Gilberto Durante (luglio 2016, intervista a cura dell'autrice),

dice che si sta pensando a introdurre questa idea nella Vale dos Vinhedos, ma è necessario costruire una pista ciclabile per far si che il tour si svolga in sicurezza.
Il problema dell'accessibilità esiste e tutti ne hanno preso atto, il lavoro da fare è ancora molto, ma se consideriamo la crescita dei flussi turistici nella città di Bento, riportati nella tabella sottostante e i miglioramenti delle infrastrutture svolti negli ultimi anni, rimaniamo fiduciosi. Un altro aspetto su cui si vuole lavorare in futuro è l'apertura della destinazione al turismo internazionale, considerato che attualmente è quasi sconosciuta all'estero, si ha ancora molto da fare in questo campo.

Flussi Turistici nella città di Bento Gonçalves	
ANNO	VISITATORI
2002	291.454
2005	495.957
2008	523.719
2012	677.890
2013	990.686
2014	1.013.457
2015	1.185.000

IV.20 Dati flussi turistici a Bento Gonçalves(DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016, p.188)

La regione, con la sua economia florida, attrae molti lavoratori provenienti da altre regioni di Rio Grande do Sul o da altri Stati brasiliani. C'è la necessità di coinvolgere maggiormente la popolazione locale nelle attività legate all'(eno)turismo e andare incontro alle sue necessità, al fine di evitare la vendita delle proprietà a speculatori esterni, completamente disinteressati alla preservazione del paesaggio e della cultura locale.
Nonostante le criticità della regione, possiamo dire che le prospettive dell'enoturismo nella Serra Gaúcha sono molto buone: l'attenzione al ricco programma di eventi, all'enoturismo e alla celebrazione della cultura locale, le associazioni volte a sviluppare il turismo nella regione, sono tutti elementi che ci fanno pensare che ben presto si vedranno dei risultati positivi.

IV.8 Sostenibilità

In questo paragrafo cercheremo di fare una panoramica generale sulla sostenibilità dell'enoturismo nella Serra Gaúcha, dopo aver definito cosa intendiamo per turismo sostenibile.

L'UNWTO propone la prima definizione di turismo sostenibile nel 1989: "Lo sviluppo sostenibile del turismo va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Esso deve essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed estetici siano soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita".[65] Nel 1992, durante il Summit Mondiale di Rio de Janeiro del 1992 vengono presentati dei documenti fondamentali per lo sviluppo sostenibile tra cui l'*Agenda 21*. Anche l'OMT, insieme all'Earth Council e il World Tourism Travel Council proporranno *l'Agenda 21 per l'industria del turismo: verso un turismo sostenibile* che sancisce che "il turismo deve contribuire alla conservazione, alla protezione e al ripristino degli ecosistemi della terra; i viaggi e il turismo devono basarsi su modelli di consumo e di produzione sostenibili; lo sviluppo turistico deve riconoscere ed appoggiare l'identità, la cultura, gli interessi delle popolazioni locali". [66]

Dopo il Summit Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile di Johannesburg vengono ridefinite le linee guida dello sviluppo sostenibile definendolo un concetto applicabile a qualsiasi forma di turismo considerando gli aspetti ambientali, economici e socio culturali (Confalonieri, 2008, p.16). L'obiettivo del turismo sostenibile è quello di raggiungere dei benefici economici e sociali, cercando di limitare gli effetti negativi sulle risorse disponibili, non solo ambientali o storiche ma anche socio-culturali della località turistica. Secondo Confalonieri (2008, p.10) gli elementi portanti sono i seguenti: la soddisfazione dei visitatori in relazione al prodotto turistico, la economicità delle imprese, l'accettazione della comunità locale, la difesa e la tutela dell'ambiente. Per analizzare la sostenibilità di una regione turistica è necessario

[65] Fonte: http://sdt.unwto.org/content/about-us-5

[66] Fonte: http://siti.feem.it/osservatorioturismosostenibile/turismosostenibileevoluzione.php

considerare tre diversi aspetti della sostenibilità: quello economico, quello ambientale, quella sociale culturale.

Per sostenibilità economica s'intende il riuscire a tenere sotto controllo i costi e i benefici dell'attività turistica nel territorio. I benefici che l'enoturismo apporta alla Serra Gaúcha sono diversi, tra cui come ha ricordato Durante (luglio 2016, intervista a cura dell'autrice) la capacità di generare posti di lavoro, tanto che la richiesta di occupazione fa arrivare molte persone provenienti da altre regioni di Rio Grande do Sul, interessate a inserirsi nel settore turistico. Non bisogna dimenticare che il turismo ha inoltre apportato inoltre diversi miglioramenti delle infrastrutture locali e ha migliorato i collegamenti con altre città.

Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, i produttori ritengono "essenziale" (Tonini, luglio 2016, intervista a cura dell'autrice) l'utilizzo di agrochimici nella regione a causa del clima tipicamente caldo e umido durante le fasi di crescita della vite. Inoltre, come abbiamo già visto nei paragrafi precedenti, non vi sono dei percorsi enogastronomici percorribili in bicicletta o a piedi, è necessario essere automuniti. E' bene ricordare però che ci sono alcune case vinicole attente alla sostenibilità, come la vinicola Salton,[67]che applica dei progetti sostenibili al suo ciclo produttivo, per esempio trasformando i residui in compostaggio che verrà in seguito utilizzato come fertilizzante.

Tra gli altri vantaggi che ha portato il turismo nella regione, troviamo un maggior interesse nel restaurare e conservare alcuni edifici storici e il riconoscimento da parte dei residenti delle risorse naturali locali, come il paesaggio del vino.

Le infrastrutture e i percorsi enoturistici sono in grado di valorizzare il paesaggio locale. Parlando con i produttori e chi lavora nel settore turistico, sembra che vi sia un interesse comune nel preservarlo e valorizzarlo, poichè rende unica la Serra Gaúcha. L'alternanza nei sistemi di conduzione della Vale dos Vinhedos è spesso criticata, perchè potrebbe far perdere al paesaggio le sue peculiarità (Duarte, Flores, 2010, p.35). Diverse furono inoltre le polemiche riguardo alla costruzione della Spa do Vinho nella Vale dos Vinhedos, criticata da molti perché avrebbe "rovinato" la vista sul paesaggio. In realtà la costruzione della Spa do Vinho è nata con l'obiettivo di preservare il paesaggio locale. Il progetto, in via di attuazione, prevede la vendita dei

[67] Per approfondimenti consultare https://www.salton.com.br/programa-qualidade/residuos-organicos-tem-destino-correto-na-salton

terreni attorno alla Spa do Vinho ad esterni permettendo ai viticoltori locali di occuparsene; in cambio i compratori potranno soggiornare per due settimane all'anno all'interno della Spa do Vinho. La proposta ha l'obiettivo di conservare le caratteristiche che rendono unico il paesaggio vinicolo della Vale dos Vinhedos.

Figura IV.21 Panoramica sulla Spa do Vinho
(https://i.ytimg.com/vi/lCbKnmN_0ZY/maxresdefault.jpg)

Figura IV.22 Spa do Vinho

Le vecchie abitazioni dei coloni sono considerate patrimonio culturale per la regione, e per questo è nell'interesse di tutti conservarle, non solo perché sono un'attrattiva turistica ma soprattutto perché manifestano l'identità del colono.

Le tracce dei migranti italiani, utilizzate oggi per fare marketing, sono ancora presenti dopo più di 150 anni dal primo insediamento. Il turista adora rivivere le tradizioni locali, anche se forse alcune volte sono enfatizzate o perfino inventate. Secondo Zanini M. (2007, p. 167) è possibile considerare molte tradizioni degli immigrati italiani "tradizioni inventate" (Hobsbawn, 1987, p.9). Sempre d'accordo con Zanini M. (2007, p.167), la ricostruzione del mondo coloniale è stata influenzata anche dalla famosa telenovela Terra Nostra che narrava le vicende di alcuni immigrati italiani in Brasile, che hanno creato degli stereotipi conosciuti in tutto il Paese e delle aspettative: il turista brasiliano prima di visitare la regione ha un'idea ben chiara di ciò si aspetta di trovare. Per questo è importante dedicare una particolare attenzione al mantenimento della cultura e delle tradizioni italiane e alla loro autenticità.

Indubbiamente il ruolo della comunità locale per il turismo è ben riconosciuto, il livello professionale degli addetti al settore è molto alto e molti hanno preso atto anche delle criticità ambientali. Il turismo incentiva senza dubbio la conservazione del patrimonio culturale e ambientale e la valorizzazione della cultura. Un buon esempio di valorizzazione culturale è Casa Valduga, nella Vale dos Vinhedos, che dà l'opportunità alle signore anziane di preparare i cappelletti da servire in tavola ai propri ospiti, puntando sull'autenticità dei loro prodotti.

CONCLUSIONI

Prima di proporre delle conclusioni a questo elaborato vorrei presentare alcune difficoltà che ho incontrato durante la mia ricerca. L'enoturismo è fenomeno molto recente in Brasile, pochi solo gli esperti che se ne occupano, in particolare pochi sono coloro che si occupano di enoturismo a livello nazionale. Mentre non s'incontrano particolari difficoltà a reperire informazioni sull'enoturismo nella Serra Gaúcha e nella Vale dos Vinhedos, non è stato invece semplice trovare della letteratura, sia questa geografica o storica, legata all'enoturismo nelle nuove regioni vinicole. Non sono molti i geografi che si sono occupati di studiare i paesaggi vinicoli brasiliani, tantomeno coloro che s'interessano all'enoturismo nelle regioni al di fuori della Serra Gaúcha. In questo lavoro le fonti online hanno un ruolo molto importante: molte informazioni sono state recuperate dai siti internet di istituzioni, delle case vinicole e da articoli di riviste online dedicati al mondo del vino.

Mi sono imbattuta nell'enoturismo quasi per caso, come un *wine curious* sono partita con le mie nozioni di base sul mondo del vino, interessata a conoscere le fasi di elaborazione della bevanda e a visitare i suoi paesaggi e ne sono tornata incantata. Hemingway diceva che "*Il vino è il condensato di un territorio, di una cultura, di uno stile di vita*" e non posso fare altro che confermare, si tratta dell'espressione liquida di una società. Ho apprezzato ogni elemento d'identità del vino, dal paesaggio, alla gastronomia, ma soprattutto la cultura della comunità locale. Conversare con tutte le persone che lavorano e credono nelle potenzialità dell'enoturismo è stato fondamentale per questo progetto. Più volte mi sono chiesta se avrei potuto scrivere una tesi di laurea sull'enoturismo in Brasile, senza aver visitato la Serra Gaúcha ed essere stata indirizzata da persone competenti verso la cultura del vino. Più volte mi sono chiesta se avrei potuto scrivere questa tesi di laurea senza conoscere il portoghese. Indubbiamente non sarebbe stato lo stesso: non avrei mai potuto davvero assaporare la cultura della comunità locale senza aver passato del tempo conversando con dei simpatici vecchietti che mi raccontavano emozionati le difficoltà che avevano incontrato i loro avi dopo essere emigrati in Brasile. Questo, sempre in compagnia di un buon bicchiere di vino, ovviamente. Più volte mi sono chiesta come sarebbe stato parlare dell'enoturismo in Brasile senza conoscere la cultura brasiliana. Sarebbe stato difficile capire perché i brasiliani si emozionano di fronte alle tracce dell'immigrazione europea, viste da loro come qualcosa di esotico, o perché si

emozionano davanti a quei valori culturali tramandati di generazione in generazione. Mi auguro di essere riuscita a condividere le emozioni che ho provato di fronte ai paesaggi del vino e soprattutto durante le conversazioni con tutte le persone che hanno contribuito a rendere autentico questo lavoro.

A fine Ottocento, molti italiani che desideravano un futuro migliore, allettati dall'idea di possedere delle terre decisero d'emigrare il Brasile. Non sapevano cosa avrebbero trovato nel Nuovo Mondo, ma erano pieni di speranze, volevano riscattarsi e riuscire a *catare la cuccagna*. In questo lavoro si è visto come per i migranti, la fede ha avuto un ruolo fondamentale, era un fattore di unificazione culturale. La domenica era per loro il giorno della messa, il giorno della bevuta in compagnia in osteria. In Brasile, era un giorno triste. Per questo, appena insediati decisero di costruire dei luoghi di culto e cominciarono a produrre il vino in casa. Il vino, era un bisogno, un anestetico per affrontare tutte le difficoltà e rappresentava il legame con il divino, emblematica è la statua della Madonna dell'Uva, che rappresenta i due elementi fondamentali per i migranti: la fede e il vino. Gli italiani, con la loro forte etica del lavoro sono diventati i pionieri della viticoltura brasiliana, che rappresenta a tutti gli effetti, un'eredità italiana che si è sviluppata in seguito in tutto il Paese, estendendosi dalle regioni temperate del sud fino alle regioni subtropricali. I paesaggi del vino sono il risultato del lavoro dell'uomo e sono molto diversi tra loro: i migranti e i loro discendenti hanno creato dei paesaggi tradizionali, legati ai valori dell'immigrazione italiana, individuabili sia nelle tecniche di coltivazione, sia nell'architettura locale; altri paesaggi si presentano molto diversi da quelli tradizionali ma, nonostante ciò, c'è chi richiama ancora le proprie discendenze italiane con enormi statue di leoni alati.

La tradizione della Festa dell'Uva ha contribuito alla nascita del fenomeno dell'enoturismo in Brasile ed è stato fatto un confronto con un'altra tradizione importata, l'Oktoberfest di Blumenau. In entrambi i casi è esaltata la cultura dei discendenti europei, ma si è visto come l'enoturismo si differenzi dal turismo della birra per i suoi suggestivi paesaggi del vino, che sono la rappresentazione della cultura e dell'identità di chi li ha creati. Il visitatore, rimane incantato di fronte ai colori dei paesaggi del vino che cambiano a seconda delle stagioni, di fronte ai rumori della natura e agli odori che emana il vino.

L'enoturismo in Brasile, ad eccezione della Serra Gaúcha, presenta diverse problematiche a livello nazionale, non sempre i viticoltori hanno individuato le

possibilità dell'enoturismo, non si preoccupano di fare marketing o di stringere relazioni con istituzioni pubbliche o private per implementare l'offerta turistica.

Dalla sezione riguardante il caso di studio del fenomeno dell'enoturismo nella Serra Gaúcha e nella Vale dos Vinhedos è emerso che il ruolo dei migranti italiani si è rivelato fondamentale per la viticoltura e per l'enoturismo. Gli elementi caratteristici del paesaggio locale, in particolare di matrice antropica, sono strumentalizzati per attrarre i turisti, in particolare brasiliani, che desiderano conoscere quella "piccola Italia". Nella regione, le impronte dei migranti sono ovunque: dalla lingua parlata, all'architettura, ai valori culturali della comunità locale. L'italianità è utilizzata per accattivarsi i turisti che ricercano un'*esperienza,* che rimanga scolpita nella loro memoria. Il turista desidera sentirsi coinvolto in attività come la vendemmia, le feste del vino o ripercorrendo il viaggio dei migranti italiani durante gli itinerari enogastronomici. Nel caso specifico della Serra Gaúcha non si tratta di un turista particolarmente interessato al prodotto, il vino è purtroppo un prodotto molto lontano dalla quotidianità dei brasiliani, consumato solamente in occasioni speciali. Si tratta di un turista interessato al turismo culturale che ne approfitta per avvicinarsi al mondo del vino. La Serra Gaúcha e la Vale dos Vinhedos hanno saputo valorizzare la cultura locale e i paesaggi della regione. Nonostante ciò l'enoturismo presenta delle criticità, come il problema dell'accessibilità alla regione e la mancanza di percorsi ecosostenibili negli itinerari enoturistici. La vera forza della regione è la cultura locale che andrebbe sempre tutelata e di cui ne andrebbe mantenuta l'autenticità. Visitando la regione si ha la sensazione che l'enoturismo è un'occasione per la comunità locale di (di)mostrare quello che erano e quello che sono diventati, e ci si chiede se riusciranno anche in futuro a mostrare quello che erano, mantenendo e valorizzando cultura e tradizioni.

Spero di essere riuscita a raccontare un po' della storia dei migranti italiani che hanno importato la cultura del vino oltreoceano, di aver mostrato cosa offrono i paesaggi de vino, di aver raccontato tra le righe un po' la mia *esperienza*, ma soprattutto di essere riuscita a incuriosire il lettore, e di aver sollecitato in lui il desiderio di visitare questa splendida regione.

Bibliografia

BERTONHA J.F., A imigração italiana no Brasil, San Paolo, Editora Saraiva, 2004.

BRUNELLO P., *Pionieri, Gli italiani in Brasile e il mito della frontiera*, Roma, Donzelli Editore, 1994.

CAPPELLI V., *Storie di italiani nelle altre Americhe*, Soveria Mannelli, Rubettino Editore, 2009.

CENNI F., *Italianos no Brasil*, Editora da Universidade de São Paulo, San Paolo, 2011.

CITARELLA F. (a cura di), *Turismo e diffusione territoriale dello sviluppo sostenibile*, Lofredo Editore, Napoli, 1997.

COLOMBINI C.D., *Manuale del turismo del vino*, Franco Angeli, Milano, 2003.

CONFALONIERI, Marco, *Il turismo sostenibile*, Giappichelli Editore, Torino, 2008.

CORIGLIANO A.M. (a cura di), *Osservatorio internazionale sul turismo enogastronomico*, Milano, Francoangeli, 2004.

CORIGLIANO A.M., *Strade del vino ed enoturismo: distretti turistici e vie di comunicazione*, Milano, Francoangeli, 1999.

CORIGLIANO A.M., VIGANO' G., *Turisti per gusto: enogastronomia, territorio, sostenibilità*, Novara, Istituto geografico De Agostini, 2004.

COSTA R., DE BONI L.A., *Gli italiani del Rio Grande do Sul* in Fondazione Agnelli, *La popolazione di origine italiana in Brasile*, Torino, Fondazione Agnelli, 1987.

CRISTALDI F., *E andarono per mar a piantar vigneti*, Todi, Tau Editrice, 2015.

CRISTALDI F., LICATA D. (a cura di), *Nel solco degli emigranti: i vitigni italiani ala conquista del mondo*, Pearson Italia, Milano-Torino, 2015.

CROCE E., PERRI G., *Il turismo enogastronomico: progettare, gestire, vivere l'intregazione tra cibo, viaggio, territorio*, Milano, Francoangeli, 2010.

DAL PIZZOL R., INGLEZ S.D.S., *Memórias do Vinho Gaúcho*, Porto Alegre, AGE, 2014.

DAL PIZZOL R., PASTOR E.L.V., *Paisagens do Vinhedo Rio-Grandense*, Bento Gonçalves, Rinaldo Cistilio Dal Pizzol, 2016.

DE BONI R., COSTA L.A. (a cura di Trento) *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Agnelli, 1987.

DEL ROJO (a cura di), *Lavoratori in Brasile*, Milano, Franco Angeli, 1981.

DI GIOVANNI E. (a cura di), *Migranti, identità culturale e immaginario mediatico*, Roma, Aracne, 2012.

DUARTE M.A., FLORES A., *Diagnostico do Enoturismo Brasileiro*, IBRAVIN, Bento Gonçalves, 2012.

ERBES L.C., *A alma de um povo: 7 décadas da Festa da Uva*, Caxias do Sul, Maneco Livraria & Editora, 2000.

FALCADE I., *Entourismo nas regiões vitivinícolas Serra Gaúcha e Vale dos Vinhedos (Brasil)*, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2004.(http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9701.pdf

FALCADE I., *O espaço geográfico e o turismo na região da uva e do vinho no nordeste do Rio Grande do Sul*, Encontro Estadual de Geografia, Caxias do Sul, 2001.(http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9701.pdf)

FALCADE I., *Paisagens vitícolas brasileiras*, X Congresso Brasileiro de Viticoltura e Enologia, Bento Gonçalves, 2003.(http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/anais/cbve10/cbve10-inicial.pdf)

FALCADE I., *Paysage viticole dans la Vale dos Vinhedos*, Congrès International des Terroir Viticoles, 2006. (http://congresdesterroirs.org/articles/lire/629

FALCADE I., *Reflexões sobre paisagens vitícolas no Brasil*, Universidade Federal de Uberlândia, Encontro de Grupos de Pesquisa, 2006.(http://w3.ufsm.br/engrup/iiengrup/pdf/t55.pdf)

FRANCA R.D.F, SILVA C., A influência da vinícola Villa Francioni na paisagem turística de São Joaquim (Santa Catarina), São Joaquim, 2014 (https://www.researchgate.net/publication/287593099_A_influencia_da_Vinicola_Villa_Francioni_na_paisagem_turistica_de_Sao_Joaquim_Santa_Catarina_Brasil.)

GASTAL T., TONI S.M., *A percepção do turista*, Seminario de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, 2010.(https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/festa_da_uva_caxias.pdf)

GETZT D., Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations, New York, Cognizant Communication Corportation, 2000.

GITZLER Jorge, *Rota pelo vale cervejeiro de SC*, Revista da Cerveja, Ano V n°22.

HALL C.M., SHARPLES L. et alii, *Wine Tourism Around the World*, Butterworht-Heinemann, Oxford, 2000.

HALL M., PINHEIRO P.S., *Immigrazione e movimento operaio in Brasile: un'interpretazione* in Del Roio (a cura di), *Lavoratori in Brasile*, Milano, Franco Angeli, 1981.

HAUSMANN C. (a cura di), *Marketing & strade del vino : in viaggio tra saperi e sapori*, Roma, AGRA, 2005.

HOBSBAWN E., *A invenção das tradições*, Rio de Janeiro, PazeTerra, 1987.

ITV FRANCE, LEs vignobles dans le paysage, Centre Technique Interprofessionel de la Vigne et du Vin, n°5, Paris, 2002.

LAVANDOSKI J., *A paisagem na Rota Enoturistica Vale dos Vinhedos/RS na perspectiva do visitante*, Tesi di dottorato discussa presso l'Universiade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2008. (https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/307/Dissertacao%20Joice%20Lavandoski.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

LAVANDOSKY J., LANZER R.M., *A paisagem na Rota Enoturistica Vale dos Vinhedos/RS na perspectiva do visitante*, 2008. (http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/dossierosadosventos/article/viewFile/649)

LEMMI E., *Dallo spazio consumato ai luoghi ritrovati: verso una geografica del turismo sostenibile*, Milano, Angeli, 2009.

LOSSO F.B., A produção de vinho finos de altitude na região vitivinícola de São Joaquim: uma alternativa para o turismo, Balneario Camboriu, UNIVALI, 2010.

LOZATO G.J.P., *Geografia del turismo,* Milano, Hoepli,, 2008.

MACIONIS N., CAMBOURNE B., *Towards a national wine tourism plan: wine tourism organizations and development in Australia* ,in Hall et aliii Wine Tourism Around the World, 2000, Buttereworth-Heinemann, Oxford, 2000.

MALESIANI E., *L'emigrazione italiana nel Brasile meridionale e i suoi problemi*, Bologna, Arti Grafiche, 1952.

MONTERUMISI A., *Turismo e Strade del Vino*, Rimini, Guararli, 2005.

PEREIRA S.M., CARDOSO A.M., *Gli italiani in Brasile o la patria ricreata* in Costa, De Boni, (a cura di Trento), *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, 1987.

PETRONE M., *Abolizione della schiavitù e immigrazione italiana nello Stato di San Paolo*, in Costa, De Boni, (a cura di Trento), *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, 1987.

PETRONE M., *L'immigrato italiano nella fazenda di caffè di San Paolo* in Costa, De Boni, (a cura di Trento), *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, 1987.

PETRONE P., *Italiani e discendenti di italiani in Brasile: le scuole e la lingua*, in Costa, De Boni, (a cura di Trento), *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, 1987.

PETRONE P., *L'influenza dell'immigrazione italiana sulle origini dell'industrializzazione brasiliana*, in *La popolazione di origine italiana in Brasile*, Torino, Fondazione Agnelli, 1987.

PRATT M., *Four wine tourist profiles*, Academy of wine business research, Geisenheim,2014.(http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/68421/103158_1.pdf?sequence=1)

PROTAS J.F., CAMARGO U.A., Vitivinicoltura brasileira: panorama setorial de 2010, IBRAVIN, Bento Gonçalves, 2010.

RIBEIRO C. M., *Festa e identidade: come se fez a Festa da Uva*, Caxias do Sul, EDUCS, 2002.

SALDANHA R., *Vinho Nacional*, Rio de Janeiro, Arte Ensaio, 2013.

TAITI F., I nuovi dinamismi di un turismo di tendenza. IX Rapporto annuale. Osservatorio sul turismo del vino, Censis Servizi, 2011.

TAITI F., Strade e Città del vino: mappa tipológica e situazione a confronto. IV Rapporto annuale. Osservatorio sul turismo del vino, Censis Servizi, 2004.

TEDESCHI P., DELL'OLIO P., La viticoltura in Brasile, Calosso, Casa Editrice Vitenda, 2014.

TONIETTO J., *O conceito da denominação de origem: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro*, Bento Gonçalves, Embapra, 1993.

TRENTO A. (Introduzione di), in Del Roio (a cura di), *Lavoratori in Brasile*, Milano, Franco Angeli, 1981.

TRENTO A., *Là dov'è la raccolta del caffè: l'emigrazione italiana in Brasile 1875-1940*, Padova, Antenore, 1984.

TRUZZI O.M.S., *Immigranti italiani nello Stato di São Paulo: il caso di São Carlos*, in Costa, De Boni, (a cura di Trento), *La presenza italiana nella storia e nella cultura del Brasile*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, 1987.

VALDUGA W., MEDEIROS V., *Las raíces del enoturismo en Brasil*, Via@tourism review, 2014. (http://viatourismreview.com/es/2014/12/varia2014-art4/)

ZANINI M., *Fé, trabalho e família: a construção das memórias entre descendentes de imigrantes italianos*, San Paolo, Universidade de São Paulo, 2007.

ZANINI T.V., *Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos e o Vale do São Francisco*, Tesi di laurea discussa presso l'Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007. (https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/11338/322/1/Dissertacao%2520Talise%2520Valduga%2520Zanini.pdf+&cd=1&hl=it&ct=clnk&gl=br)

Sitografia

www.academiadovinho.com.br
www.aisitalia.it
www.aventurando.com.br
www.caminhosdepedra.org.br
www.cantinashistoricas.com.br
www.cartacapital.com.br
www.casadaovelha.com.br
www.casavalduga.com.br
www.cvc.com.br/
www.dalpizzol.com.br
www.educacao.uol.com.br
www.embrapa.br
www.etimo.it
www.fga.it/
www.fossmaraimagazine.it
www.guatambuvinhos.com.br/controle.php
www.ibravin.org.br
www.ibravin.org.br
www.ibravin.org.br
www.jornaldeblumenau.com.br
www.leonedivenezia.com.br
www.luizargenta.com.br
www.marriott.com.br

www.media.unwto.org
www.miolo.com.br
www.movimentoturismovino.it
www.movimentoturismovino.it
www.oblumenauense.com.br
www.ofest.com
www.oktoberfest.net
www.oktoberfestblumenau.com.br
www.revistaadega.uol.com.br
www.revistaadega.uol.com.br
www.sebraemercados.com.br
www.terroirs.com.br
www.treccani.it
www.turismobento.com.br
www.valedacerveja.com
www.valedosvinhedos.com.br
www.villafitarelli.com.br
www.villafrancioni.com.br
www.vinhovasf.com.br/site
www.vinicolaaurora.com.br
www.wfa.org.au
www.winesofbrasil.co

Fonti testimoniali

Intervista dell'autrice a Remy Valduga, Bento Gonçalves, luglio 2016.
Intervista dell'autrice a Gilberto Durante, Bento Gonçalves, luglio 2016.
Intervista dell'autrice a Ana Maria Possamai, Bento Gonçalves, luglio 2016.
Intervista dell'autrice a Rinaldo Dal Pizzol, Bento Gonçalves, luglio 2016.
Intervista dell'autrice a Andressa Tonini, Bento Gonçalves, luglio 2016.
Intervista dell'autrice a Naiàra Martini, Bento Gonçalves, luglio 2016.

Altre fonti

APROVALE, Descrizione della Vale dos Vnhedos ed Evoluzione del flusso turístico nella Vale dos Vinhedos, 2016.

KUROSKI, Janine, Pesquisa de marketing, Secretaria do Turismo de Blumenau, 2015.

FECOMERCIO de Turismo, Pesquisa, Secretaria do Turismo de Blumenau, 2014.

Documentario *Memorias do Vale dos Vinhedos*, produzione di Martini, Miorando, Barbieri, 2014.

Materiale ilustrativo come opuscoli e carte reperiti dall'autrice durante la ricerca sul campo.

Ringraziamenti

Desidero ringraziare tutte le persone che hanno contribuito alla realizzazione di questa tesi.
Vorrei inanzittuto ringraziare tutti coloro che mi hanno accolto e dedicato del tempo nella città di Bento Goncalves, in particolare Remy Valduga, Gilberto Durante, Ana Maria Possamai, Rinaldo Dal Pizzol, Andressa Tonini, Naiàra Martini, Paolo e Fernanda per avermi fatto sentire a casa nella loro *pousada*. Grazie anche a Fernando Schneider per il suo grande aiuto da Blumenau.
Grazie a Giovanna, per il suo prezioso aiuto con le traduzioni e per avermi motivato durante tutto questo percorso.
Grazie agli amici che mi hanno incoraggiato, soprattutto alle mie coinquiline che mi hanno coccolata e viziata quando rientravo da un'intensa giornata di studio in biblioteca.
Inoltre, vorrei ringraziare mio papà per l'aiuto con la veste grafica di questa tesi e mia mamma per avermi incoraggiato a distanza, con messaggi e chiamate. Un grazie anche a mia sorella Camilla, esperta in moda, per i suoi consigli per la scelta dell'outfit da indossare alla discussione di laurea.