

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ...
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

KLEBERSON RODRIGO DO NASCIMENTO

ETNICIDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO: O DISCURSO DE
ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA E CULINÁRIA DO MUNICÍPIO DE NOVA
VENEZA – SC 1991-2024

CRICIÚMA
2025

KLEBERSON RODRIGO DO NASCIMENTO

**ETNICIDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO: O DISCURSO DE
ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA E CULINÁRIA DO MUNICÍPIO DE NOVA
VENEZA – SC 1991-2024**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico

Orientador: Prof^(a). Dra. Michele Gonçalves Cardoso

CRICIÚMA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

N244e Nascimento, Kleberson Rodrigo do.

Etnicidade e políticas públicas de turismo : o discurso de italianidade na gastronomia e culinária do município de Nova Veneza - SC 1991-2024 / Kleberson Rodrigo do Nascimento. - 2025.

87 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico, Criciúma, 2025.

Orientação: Michele Gonçalves Cardoso.

1. Culinária italiana - Nova Veneza (SC). 2. Turismo e gastronomia - Nova Veneza. 3. Identidade cultural. 4. Etnicidade. 5. Turismo regional. I. Título.

CDD 23. ed. 338.47918164

Bibliotecária Eliziane de Lucca Alosilla - CRB 14/1101
Biblioteca Central Prof. Eurico Back - UNESC

Kleberon Rodrigo do Nascimento

**ETNICIDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO: O DISCURSO DE
ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA E CULINÁRIA DO MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA – SC 1991-2024**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para obtenção do Grau de Mestre(a) em Desenvolvimento Socioeconômico no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico da Universidade do Extremo Sul Catarinense.

Criciúma, 26 de novembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **MICHELE GONCALVES CARDOSO**
Data: 08/04/2026 13:32:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Michele Gonçalves Cardoso
(Presidente e Orientadora – UNESC)

Documento assinado digitalmente
 **VIVIANE KRAIESKI DE ASSUNCAO**
Data: 06/04/2026 15:50:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Viviane Kraieski de Assunção
(Coorientadora – UNESC)

Documento assinado digitalmente
 **MICHELLE MARIA STAKONSKI CECINEL**
Data: 11/03/2026 19:32:01-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Michelle Stakonski Cechinel
(Membra – UDESC)

Documento assinado digitalmente
 **MARINA DA SILVA SCHNEIDER**
Data: 07/04/2026 13:00:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Marina da Silva Schneider
(Membra – UNESC)

Documento assinado digitalmente
 **KLEBERSON RODRIGO DO NASCIMENTO**
Data: 23/04/2026 19:40:57-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Kleberon Rodrigo do Nascimento
(Discente)

Documento assinado digitalmente
 **DIMAS DE OLIVEIRA ESTEVAM**
Data: 24/04/2026 09:46:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Dimas de Oliveira Estevam
Coordenador do PPGDS – UNESC

Dedico este trabalho para: Flocos (in memoriam), Aaron (in memoriam), Ranavalona, Abbath, Hard, Badú (in memoriam) e Maio.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento é uma parte do trabalho que de certa forma causa mais aflição, pois o esquecimento de nomes que foram importantes para a construção da pesquisa é um medo constante. Portanto, aqueles que por acaso não se fizeram presentes nas linhas que se seguem, acreditem, vocês foram parte muito importante nessa caminhada.

Começo este parágrafo agradecendo, primeiramente, minhas colegas de turma Vanessa e Bianca, que hoje posso chamar de amigas. Foram muitos aprendizados, desesperos, cansaços, companheirismos, tristezas e alegrias compartilhados. Pois é, conseguimos meninas, deu bom no final. Agradeço desde já, a minha orientadora Michele, pelo trato comigo e com a pesquisa, orientação essa que sempre foi conduzida com muita gentileza, dando-me grande autonomia, respeitando meus apontamentos e alinhando o texto. Serei sempre grato por esses dois anos de pesquisa. A minha coorientadora Viviane, parte importantíssima desse trabalho, muito obrigado.

Deixo aqui a minha apologia aos meus amigos e familiares, que acompanharam essa caminhada do mestrado, entendendo às vezes em que eu não estava disponível para nossas comensalidades. Meus filho João Vinicius, te amo, Dudu, meu irmão que a vida me deu, junto a sua companheira Carla (Carlota), amo vocês. Meus companheiros de banda (Otávio, Jediel e Gelson), desculpa as ausências nos ensaios, mas sabe como é, né? Baixista é uma galera complicada. Carol e Fernando (Orraaaaaaa negooooo), vocês são incríveis. Minha ex companheira Maria Eduarda (Duda), que acompanhou e foi parte importante dessa caminhada, muitíssimo obrigado, serei sempre grato. Diego (Diegueira), Deyvid e Lucas, Everson, muito obrigado por todo apoio. Os agradecimentos são ampliados ao Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CNPQ), que faz esse aporte aos pesquisadores do nosso país.

Aqui finalizo meus agradecimentos, mas sem antes deixar de falar da minha melhor amiga, pesquisadora, professora e minha inspiração para qualquer empreitada acadêmica, Susane da Costa Waschinewski (Suzi), que sempre foi uma incentivadora para eu ingressar em um programa de mestrado. Te amo demais, muito obrigado por tudo.

“O prazer dos banquetes não está na abundância dos pratos e, sim, na reunião dos amigos e na conversação.”

Cícero

RESUMO

O presente trabalho faz uma análise a respeito da culinária e gastronomia consideradas “típicas” do município de Nova Veneza (SC), entendendo-as como construções culturais que expressam valores, tradições e memórias coletivas. Parte-se da ideia de que o “típico” constitui um discurso de afirmação identitária, especialmente em contextos marcados pela imigração italiana no sul catarinense. Fundamentado em Hall (2014), Barth (2000), Montanari (2008), Bourdieu (1989) e Hobsbawm (2024), o estudo compreende as identidades culturais como produtos de processos históricos e discursivos em constante negociação, nos quais a gastronomia atua como mediadora entre memória e representação. Em Nova Veneza, o “típico” é construído pela seleção e legitimação de elementos alimentares transformados em símbolos identitários e patrimoniais. Mais do que receitas, envolve narrativas que hierarquizam práticas e reforçam pertencimentos, configurando fronteiras culturais e distinções simbólicas. A culinária local, frequentemente apresentada como herança da imigração italiana, constitui um campo de disputas simbólicas em que tradição e autenticidade são continuamente reinventadas para atender demandas identitárias e turísticas. Assim, o “típico” na gastronomia funciona simultaneamente como marcador cultural e mercadoria simbólica, articulando dimensões culturais, econômicas e políticas, e consolidando Nova Veneza como um território de italianidade reinventada.

Palavras-chave: gastronomia típica; identidade cultural; imigração italiana; Nova Veneza-SC; etnicidade.

ABSTRACT

The present study analyzes the cuisine and gastronomy considered “typical” of the municipality of Nova Veneza (SC), understanding them as cultural constructions that express collective values, traditions, and memories. It begins from the idea that the notion of the “typical” constitutes a discourse of identity affirmation, especially in contexts marked by Italian immigration in southern Santa Catarina. Grounded in Hall (2014), Barth (2000), Montanari (2008), Bourdieu (1989), and Hobsbawm (2024), the study understands cultural identities as products of historical and discursive processes in constant negotiation, in which gastronomy acts as a mediator between memory and representation. In Nova Veneza, the “typical” is constructed through the selection and legitimation of food elements transformed into identity and heritage symbols. More than mere recipes, it involves narratives that hierarchize practices and reinforce belonging, shaping cultural boundaries and symbolic distinctions. The local cuisine, often presented as a legacy of Italian immigration, constitutes a field of symbolic disputes in which tradition and authenticity are continuously reinvented to meet identity and touristic demands. Thus, the “typical” in gastronomy functions simultaneously as a cultural marker and a symbolic commodity, articulating cultural, economic, and political dimensions, and consolidating Nova Veneza as a territory of reinvented Italianity.

Keywords: typical gastronomy; cultural identity; Italian immigration; Nova Veneza-SC; ethnicity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa de Nova Veneza.....	28
Figura 2 - Gôndola	41
Figura 3 - FESTA	59
Figura 4 - Carnevale Di Venezia	66
Figura 5 - Tradicional tombo da polenta em Nova Veneza.....	67
Figura 6 - Polenta.....	68
Figura 7- Minestra	70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ANPUH	Associação Nacional de História
AMREC	Associação dos Municípios da Região Carbonífera
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 A FORMAÇÃO DE NOVA VENEZA-SC E A IMIGRAÇÃO ITALIANA.....	28
2.1 TERRITÓRIO E IDENTIDADE EM NOVA VENEZA-SC	44
3 TURISMO E TURISMO ETNICO-GASTRONÔMICO EM NOVA VENEZA	48
3.1 NOVA VENEZA-SC: IDENTIDADE E TURISMO GASTRONÔMICO.....	55
4 CONCLUSÃO	76
5 REFERÊNCIAS.....	80

1 INTRODUÇÃO

Falar de comida é algo muito prazeroso para mim, pois sempre tive muita afinidade com esta parte específica das moradias onde vivi e vivo, a cozinha. Desde muito cedo o ato de cozinhar está ligada à minha história. Filho mais velho de quatro irmãos, coube a mim a responsabilidade de cuidar da preparação dos alimentos, enquanto meus pais estavam no trabalho. Isso fez com que eu criasse uma intimidade com as panelas. Criar, interpretar pratos sempre foi um desafio do qual me traz conforto.

O momento pandêmico e a virtualização das relações humanas foram um período que pôs ao mesmo tempo, essa virtualização das relações com o mundo exterior, porém, colocou uma intensificação nas relações familiares, e é nesse contexto que o cozer se tornou uma atividade mais constante na vida deste que discorre nesta dissertação, sendo a atividade culinária, não somente uma atribuição doméstica, mas uma fonte de renda extra no ano de 2020. Minhas formações acadêmicas em História e Antropologia fizeram com que questionamentos sobre o papel social dos alimentos na sociedade viesse a se tornar um problema de pesquisa, como as origens de certos pratos, suas versões ao redor do mundo, como por exemplo, o sushi. No entanto, algo me chamou a atenção: a culinária chamada de “típica”. Nessa interação a comida aparece como marcador identitário, espalhando-se além da função nutricional que lhe cabe. Portanto, é a partir desse instante que passei a ter aquilo que se transformaria no futuro, em um problema de pesquisa. Posto isso, escolher pela culinária “típica” italiana como temática foi a melhor escolha, já que a região de onde parte o pretense trabalho, está intimamente ligado ao passado colonizador daqueles que partiram do norte da Itália rumo ao Brasil.

Esta pesquisa tem como objetivo central analisar a culinária e a gastronomia consideradas “típicas” do município de Nova Veneza, entendendo-as não apenas como práticas alimentares cotidianas, mas também como construções culturais que comunicam valores, tradições e memórias coletivas. A escolha pela investigação do discurso do “típico” se justifica pela relevância que este assume na constituição simbólica de identidades locais, especialmente em regiões marcadas pela imigração europeia, como é o caso da colonização italiana no sul catarinense. Como observa Hall (2014, p. 47), as identidades culturais são construídas a partir de processos históricos e discursivos, e não como essências fixas, sendo constantemente

renegociadas e reconstruídas conforme os contextos sociais em que estão inseridas. Nesse sentido, o “típico” na gastronomia se apresenta como uma estratégia discursiva de afirmação identitária.

Assim, ao considerar a gastronomia como prática cultural que carrega sentidos históricos e identitários, torna-se necessário compreender de que modo o discurso do “típico” se materializa e ganha força em contextos locais? O discurso do “típico”, presente na culinária e gastronomia, no município de Nova Veneza se fortalece porque certos pratos e práticas culinárias são continuamente ressignificados e promovidos como símbolos de uma identidade local, ainda que não correspondam de forma integral às tradições históricas ligadas a imigração italiana.

Essa dinâmica não ocorre de forma neutra, mas resulta de processos sociais que selecionam, hierarquizam e ressignificam determinados elementos alimentares, transformando-os em marcadores de identidade coletiva. Essa mediação entre memória, tradição e representação cultural permite perceber que o “típico” não é apenas um reflexo da herança italiana, mas uma construção discursiva em constante negociação, que articula passado e presente, autenticidade e invenção, continuidade e mudança.

A noção de “típico” em gastronomia, no entanto, não se limita à reprodução de receitas ou ao uso de ingredientes específicos, mas envolve um conjunto de narrativas que legitimam determinadas práticas em detrimento de outras. Como afirma Montanari (2008, p. 15), “a comida é cultura porque é linguagem, identidade e memória”, o que demonstra que o valor simbólico da culinária transcende sua função utilitária. A valorização de certos pratos em Nova Veneza, muitas vezes apresentados como herança da imigração italiana, constitui um processo de seleção e exclusão de elementos, no qual determinados sabores e modos de preparo são elevados à condição de símbolos identitários. Essa construção se articula ao conceito de fronteiras étnicas elaborado por Barth (2000), que compreende tais fronteiras como mecanismos sociais de definição e negociação de pertencimentos, por meio dos quais determinados grupos afirmam sua identidade ao mesmo tempo em que estabelecem distinções em relação a outros.

Cabe aqui compreender o papel do discurso do “típico” em Nova Veneza implica investigar como a gastronomia é utilizada estrategicamente para consolidar identidades culturais e afirmar pertencimentos. Poutignat e Streiff-Fenart (2011, p. 31) destacam que a etnicidade funciona como um recurso, podendo ser mobilizada de

acordo com contextos e interesses, o que se aplica diretamente ao caso neoveneziano, em que a culinária atua tanto como patrimônio imaterial quanto como atração turística. Nesse sentido, a gastronomia extrapola a função nutricional e se insere no campo das disputas simbólicas, tornando-se um recurso de legitimação cultural e de promoção econômica. Como observa Hobsbawm (2024, p. 10), muitas tradições consideradas “antigas” são, na verdade, invenções recentes, criadas ou reforçadas para responder a demandas identitárias contemporâneas. Esse aspecto é particularmente visível em Nova Veneza, onde certos pratos e festividades gastronômicas são reinterpretados e divulgados como herança “autêntica” da imigração italiana, mesmo quando resultam de processos de reinvenção e adaptação.

Além disso, a utilização da culinária como discurso identitário revela a existência de um mercado simbólico em constante negociação, no qual o “típico” é ao mesmo tempo mercadoria e marcador cultural. Como lembra Bourdieu (1989, p. 113), a produção simbólica não é neutra, mas atravessada por relações de poder que determinam quais práticas ganham legitimidade e quais permanecem invisibilizadas. Em Nova Veneza, a valorização de certos elementos da culinária italiana em detrimento de outros contribui para consolidar fronteiras culturais (BARTH, 2000), reforçando um sentimento de pertencimento interno, mas também criando uma imagem atrativa para o público externo, sobretudo turistas.

O estudo propõe, assim, analisar como tais discursos são construídos, divulgados e apropriados, considerando tanto as dinâmicas internas da comunidade quanto as relações estabelecidas com o mercado turístico e com o imaginário da italianidade no Brasil. Isso significa observar de que forma a culinária e a gastronomia operam como mediadoras entre memória, economia, identidade, consumo, autenticidade e espetáculo. Em última instância, compreender o “típico” em Nova Veneza requer não apenas mapear os pratos e práticas culinárias exaltadas como genuínos produtos de herança italiana, mas também problematizar os mecanismos que os elevam à condição de marcadores culturais, bem como os interesses sociais, políticos e econômicos envolvidos nesse processo.

Quando nos deparamos com o discurso do “típico”, somos remetidos a uma série de questões que estão ligadas a esse adjetivo, que envolvem, legitimidade, autoridade, tradição e aquilo que é validado como elemento original de determinada sociedade. Essas características sustentam aquilo que se deseja apresentar e reivindicar como tradicional. Tal discurso, ao mesmo tempo em que parece naturalizar

práticas culturais, é resultado de processos históricos e de escolhas sociais que definem o que deve ou não ser preservado como herança. Nesse sentido, o “típico” não se limita a nomear elementos de uma cultura, mas estabelece critérios simbólicos de pertencimento, contribuindo para diferenciar comunidades e consolidar fronteiras culturais.

O discurso do “típico” não se restringe a uma simples descrição de costumes ou práticas, mas assume o papel de recurso estratégico para a legitimação de identidades coletivas. Montanari (2008) enfatiza que a alimentação, em particular, é um campo privilegiado de construção simbólica, pois conecta memória, identidade e pertencimento. Jesús Contreras Hernández (2005) nos apresenta que:

Uma prática cotidiana, como é a alimentação, inscreve-se no marco das representações e de significados, com a finalidade de estabelecer categorias entre os territórios, os agentes e os grupos sociais. As diferentes formas de cozinhar podem atuar como fronteiras entre os diferentes grupos sociais em contato (2005, p. 141).

Assim, ao proclamar determinada culinária como “típica”, seleciona-se um conjunto de práticas e sabores, que podem ser elevadas à condição de patrimônio, ao mesmo tempo em que outras manifestações culturais são silenciadas ou relegadas a um segundo plano. Trata-se de um processo que seleciona aquilo que é classificado como importante, como destacam Poutignat e Streiff-Fenart (2011), evidencia o caráter relacional da etnicidade, utilizada tanto para reafirmar identidades internas quanto para estabelecer distinções frente a outros grupos.

Além disso, o discurso do “típico” adquire relevância particular em contextos turísticos, nos quais a busca pela autenticidade se converte em um valor de mercado e um diferencial competitivo. Quando mobilizado como marca de autenticidade, o “típico” atua como um dispositivo de legitimação cultural, ao mesmo tempo em que agrega valor econômico aos bens, práticas e representações associados à memória coletiva. Assim, elementos do passado, reinterpretados e reconfigurados para atender às expectativas do visitante, passam a ocupar o centro da cena turística, transformando-se em mercadorias simbólicas que condensam tradições e identidades locais. Esse processo, como observa Hernández (2005), pode ser compreendido como um “consumo do passado”, no qual a herança cultural é reapropriada e ofertada sob a forma de produtos turísticos.

Essa tendência de consumir o passado apresenta diversos aspectos: de um lado, a proliferação dos enclaves e lugares especializados na exploração do patrimônio; de outro, esses lugares ou conjuntos patrimoniais exploram os hábitos culturais característicos de certos setores sociais, o gosto pela recuperação e reconstrução, tanto dos lugares rurais quanto dos urbanos. Assim, o patrimônio não apenas é recriado, com base num referencial autêntico ou real do passado, mas se mantém em ambientes simulados, nos quais a 'cópia', muitas vezes, é mais perfeita do que o original que a representa (Hernández, 2005, p. 130).

Barth (2000) chama a atenção para o papel das fronteiras culturais na definição dos grupos étnicos, demonstrando que estas fronteiras não são dadas, mas constantemente renegociadas. No caso da gastronomia de Nova Veneza, por exemplo, o discurso do "típico" italiano não apenas reafirma uma memória coletiva, mas também produz distinções simbólicas que fortalecem a imagem do município como guardião de uma herança cultural, conciliando construção identitária e exploração turística.

Sobretudo, esse discurso se encontra profundamente envolto em seu atributo histórico, pois busca justificar-se por meio de uma ancestralidade legitimadora, que serve para ratificar o papel dos seus detentores como portadores e responsáveis pela preservação de uma dada tradição. Lévi-Strauss (2004) destaca que a passagem do alimento cru ao cozido, simboliza a transição do homem para além da condição biológica; surge a partir de então, o homem social, demonstrando como os símbolos e práticas culturais carregam em si um peso fundamental na elaboração da identidade coletiva por intermédio das comensalidades que irão se consolidar nesse dado momento do saber cozer.

Entendida como o ato de compartilhar refeições, a comensalidade transcende essa dimensão biológica da alimentação e se configura como um fenômeno social central na constituição das relações humanas. Ao comer em conjunto, os indivíduos reforçam laços de pertencimento, estabelecem códigos de convivência e atualizam práticas culturais que marcam a vida coletiva. Para Fischler (2011), o momento do comer coletivo cria fronteiras simbólicas entre os que compartilham a mesa e aqueles que dela estão excluídos, evidenciando que o alimento e seu consumo não são neutros, mas carregam significados que organizam a vida social. Assim, a comensalidade se torna uma linguagem que expressa valores, memórias e distinções culturais.

Mary Douglas (1972) contribui para essa discussão ao observar que o alimento opera como um código social, no qual as regras de combinação, os modos

de preparo e os contextos de consumo revelam estruturas de classificação e de hierarquia. Nesse sentido, a prática da comensalidade não apenas une, mas também separa, uma vez que delimita papéis sociais e evidencia a presença de fronteiras simbólicas entre grupos. O ato de partilhar uma refeição carrega consigo implicações de ordem moral, política e identitária, pois define quem é aceito no círculo da intimidade e quem permanece fora dele. Assim, a comensalidade pode ser compreendida como um ritual cotidiano que, ao mesmo tempo, integra e diferencia os sujeitos no interior de uma comunidade.

Para Montanari (2008), a alimentação é um dos elementos centrais da cultura, pois reúne dimensões materiais e imateriais que articulam identidade e memória. Nesse quadro, a comensalidade desempenha a função de transmissão de tradições, de reafirmação, de pertencimentos e de legitimação de narrativas culturais. Em contextos como o de Nova Veneza, a prática de comer junto em festas comunitárias ou encontros familiares representa não apenas um momento de sociabilidade, mas também a reafirmação de uma herança ítalo-brasileira construída historicamente. A mesa compartilhada, nesse caso, torna-se espaço de preservação simbólica e de expressão identitária, revelando como a gastronomia pode ser um poderoso recurso de coesão social e de reprodução cultural.

Essa ancestralidade é frequentemente mobilizada como argumento para conferir autenticidade e continuidade, conferindo peso e autoridade ao que é considerado “típico”. Além disso, esse processo de legitimação se manifesta por meio de símbolos, narrativas, práticas e elementos materiais, tais como festas, vestimentas, receitas culinárias, línguas, arquétipos visuais, que funcionam como marcas identitárias eficazes para reconhecimento e diferenciação frente a outros grupos (Hall, 2014).

Esses símbolos e práticas identitárias desempenham um papel crucial, pois operam como verdadeiros signos culturais que possibilitam não só a afirmação da tradição, mas também a construção de um sentimento coletivo de pertencimento e coesão social. Hall (2014, p. 45) observa que “[a] identidade não é algo fixo, mas um ponto de sutura entre passado e presente”, enfatizando o caráter dinâmico da identidade cultural, construída e reconstruída ao longo do tempo. Além disso, Cohen (1988) ressalta que o turismo étnico, que frequentemente mobiliza esses discursos de “tipicidade”, atua como um palco onde identidades são representadas, negociadas e,

por vezes, essencializadas para atender as expectativas externas, muitas vezes reforçando estereótipos.

Dessa forma, o discurso do “típico” torna-se um fenômeno dinâmico e multifacetado, capaz de influenciar diferentes esferas, desde o plano individual até o institucional, sobretudo em contextos como o turismo cultural e as políticas públicas, onde as identidades são frequentemente negociadas, promovidas e instrumentalizadas para projetos econômicos e sociais (Maciel, 2003). Esse discurso do “típico” tece um emaranhado de elementos que se acimentam, entre outras coisas, na ideia de legitimação, atuando como um balizador de sua função legitimadora e seu poder de representação social, cultural e econômica, especialmente no contexto da singularidade cultural e as escolhas de símbolos que irão coadunar e performar aquilo que será apresentado como tradicional, típico:

Frequentemente, o tema de modelos e lembranças apresenta ativos, conquistas e artefatos que são o orgulho do grupo, incorporando o estilo ou o glamour da cultura (Graburn, 1976, p. 27).

Trata-se de elencar os elementos que são coadunantes no processo de tessitura das tradições, ou seja, daquilo que fica nomeado como típico. A construção do “típico” não é um fenômeno espontâneo, mas sim resultado de escolhas coletivas e, sobretudo, de interesses sociais, culturais e até econômicos que permeiam a seleção e a valorização de determinados símbolos, narrativas e práticas em detrimento de outras. Dentro dessa miríade de elementos constitutivos da experiência cultural, certos aspectos são sistematicamente destacados, promovidos e enaltecidos como fundamentais para a elaboração do discurso do típico, do original e do autêntico, enquanto outros aspectos, que não se ajustam ao projeto identitário em questão, acabam relegados ao esquecimento, à marginalidade ou à invisibilidade.

Essas seleções, muitas vezes influenciadas por políticas públicas, pelo turismo ou por processos de patrimonialização, evidenciam que o “típico” é socialmente construído e pode ser objeto de disputas simbólicas ao longo do tempo. Como observa Hall (2014), as identidades culturais são formadas por meio de processos de exclusão e inclusão, que determinam quais signos, festas, receitas ou rituais serão reconhecidos e reiterados como representativos daquela coletividade. Consequentemente, existem interesses explícitos e implícitos que orientam a

permanência, a reformulação ou o abandono de certos elementos culturais no repertório simbólico mobilizado pelo discurso do típico.

Com o passar do tempo, esses interesses podem provocar mudanças significativas na direção e no significado dos símbolos que estruturam esse discurso, atualizando tradições ou mesmo ressignificando práticas e valores à luz de novas demandas sociais, de influxos econômicos ou de pressões externas, como as demandas turísticas e o marketing territorial. Isso evidencia que a própria noção de “típico” é dinâmica, marcada por contínuas negociações, adaptações e disputas, rompendo com a ideia de tradição como algo estático ou estanque (BHABHA, 1998). Dessa forma, analisar o processo de seleção e legitimação dos elementos que arrimam o discurso do típico permite compreender os mecanismos de poder e pertença que operam nas diferentes fases da história de uma comunidade, assim como sua capacidade de reinvenção e adaptação diante das transformações socioculturais. Ainda, segundo Graburn, podemos considerar que:

As pessoas não retêm sempre imagens fixas de si mesmas ou de seu valor aos olhos dos outros, e novos símbolos e materiais podem ter mais prestígio do que os antigos — especialmente se forem trazidos por outsiders poderosos e prestigiados. Símbolos de identidade podem ser emprestados, roubados ou até mesmo trocados. Grupos podem desejar aumentar seu prestígio aos olhos próprios ou dos outros adotando materiais, símbolos e insígnias de outros grupos — quase como se um poder mágico pudesse ser transmitido por imitação; tais fenômenos sempre fazem parte dos numerosos cultos de carga e milenaristas ao redor do mundo (Graburn, 1976, p. 27).

Tais signos estão postos e dispostos para que, de alguma maneira, sagram-se como dispositivos que fomentem a prerrogativa de legitimidade. Ao serem reconhecidos e reiterados publicamente, esses símbolos, como a gastronomia, a culinária típica e a identidade étnica, adquirem status de verdadeiros elementos legitimadores da tradição, tornando-se centrais para a narrativa identitária do grupo. Dessa forma, eles não apenas afirmam a ancestralidade e o pertencimento, mas também funcionam como marcadores de diferenciação e superioridade cultural em relação a outros referenciais presentes no território. Tal dinâmica é especialmente perceptível no contexto do turismo étnico, cujas práticas e discursos são modelados para valorizar determinados traços culturais em detrimento de outros, promovendo festivais, cardápios e roteiros que procuram cristalizar o “autêntico” enquanto instrumento de reconhecimento e capitalização simbólica (COHEN, 1988; HALL, 2014).

No caso de Nova Veneza, o turismo étnico se apresenta como vitrine desse processo, estruturando-se por meio de políticas públicas, iniciativas privadas e eventos que reiteram a italianidade enquanto hegemonia cultural, econômica, social e política na formação do município. O protagonismo do grupo descendente de imigrantes italianos se manifesta pela apropriação e valorização de certos artefatos, festas, receitas, arquitetura, linguagem, apresentados como emblemáticos da identidade local e utilizados para consolidar narrativas de pertença, excelência e exclusividade. Tal hegemonia, reforçada pelo discurso do “típico”, contribui para a manutenção do status quo e para a perpetuação de relações de poder simbólico, eclipsando, por vezes, outras memórias, influências ou identidades em circulação (BOURDIEU, 2011).

O presente trabalho traz uma articulação entre distintas áreas do conhecimento, nas quais suas contribuições compuseram uma estrutura analítica atravessada por diferentes olhares teóricos. Dessa forma é importante trazer para a análise esse olhar interdisciplinar para o debate do turismo e do turismo étnico-gastronômico, que se mostram ancorados no discurso do típico no município de Nova Veneza. Cabe aqui apontar alguns elementos sobre o estudo relacionado ao turismo, no que se refere a uma epistemologia dessa área do conhecimento, enquanto campo reflexivo e teórico, o mesmo não esteve presente desde o início da institucionalização dos estudos turísticos.

A priorização de uma abordagem pragmática tem implicações importantes para a produção acadêmica. A valorização de resultados imediatos e mensuráveis, como indicadores de fluxo, receitas e infraestrutura turística, frequentemente relegou a segundo plano a produção de modelos explicativos, teorias críticas e debates conceituais mais sofisticados. Tribe (2005) argumenta que a consolidação de uma epistemologia própria depende da articulação entre análise empírica e reflexão teórica, permitindo que o turismo seja compreendido como um fenômeno social complexo, permeado por dimensões econômicas, culturais, ambientais e simbólicas. Tal abordagem amplia a capacidade analítica do pesquisador, possibilitando interpretações mais consistentes e críticas sobre os impactos e significados da atividade turística.

Moesch (2006) reforça essa ideia ao destacar a importância de pensar o turismo em suas dimensões simbólicas e identitárias, considerando o papel da

experiência, da percepção e das práticas sociais na configuração de destinos turísticos.

Assim, percebe-se que a epistemologia do turismo está diretamente ligada à sua condição interdisciplinar. Diferente de áreas mais consolidadas, que se organizam em torno de paradigmas relativamente estáveis, o turismo se estrutura como campo de conhecimento a partir do diálogo entre diversas disciplinas, como sociologia, antropologia, geografia, economia, história e administração. Essa heterogeneidade, embora possa ser vista como fragilidade, também constitui sua maior riqueza, pois permite que múltiplas abordagens revelem diferentes dimensões do fenômeno turístico. Para Moesch:

O turismo se constitui como ciência social aplicada, pois implica a articulação entre conhecimento científico e prática social, considerando os contextos históricos e culturais em que se realiza (2002, p. 39).

Sob essa ótica, o turismo deixa de ser visto unicamente como um setor de mercado e passa a ser entendido como um espaço de produção e reprodução de significados, permeado por relações de poder e disputas simbólicas. Assim, estudar o turismo implica analisar não apenas os fluxos e as práticas turísticas, mas também as narrativas, as identidades e as construções discursivas que o sustentam. Essa perspectiva amplia o horizonte analítico e permite compreender o turismo como uma forma de mediação entre o local e o global, entre o passado e o presente, articulando saberes, culturas e economias de forma dinâmica e interdependente. Essa abordagem rompe com uma perspectiva reducionista e posiciona o turismo no âmbito das ciências sociais, reforçando seu caráter interdisciplinar.

Para tanto, referências de áreas como antropologia, sociologia e estudos culturais serão mobilizadas para lançar luz sobre como esses dispositivos, os signos do “típico”, operam na consolidação das hegemonias locais, possibilitando uma análise crítica da instrumentalização das identidades étnicas no cenário turístico de Nova Veneza (HALL, 2014; MACIEL, 2003).

O recorte temporal e espacial desta análise está situado no município de Nova Veneza, localizado no Sul do estado de Santa Catarina, abrangendo o período compreendido entre os anos de 1991 e 2024. Esta delimitação não é aleatória, ela coincide com o processo de consolidação do turismo étnico-gastronômico na cidade

em questão, marcado pelo fortalecimento das políticas públicas de promoção cultural, a expansão de festas tradicionais e a crescente participação do município em roteiros turísticos regionais e estaduais. Nesse contexto, a cidade passou por notáveis transformações, tanto sociais, quanto econômicas, motivadas pelo discurso de valorização e manutenção de sua herança de imigração italiana, fazendo da identidade étnica um ativo simbólico e estratégico na política e na economia do município de Nova Veneza (Maciel, 2003).

Compreender como os diferentes elementos da cultura material e imaterial, tais como gastronomia, culinária, celebrações, arquitetura e práticas cotidianas são representados e apropriados no discurso turístico local é central para desvendar o papel da identidade étnica na construção da “italianidade” de Nova Veneza. Como discutem Bhabha (1998) e Cohen (1988), no qual a identidade cultural envolve não apenas a celebração de um passado comum, mas também sua atualização e reinterpretação à luz das demandas e expectativas impostas pelo turismo contemporâneo.

Nesse sentido, eventos como a Festa da Gastronomia Típica Italiana, criados ou fortalecidos ao longo do período analisado, exemplificam como a identidade étnica é performatizada e convertida em experiência turística. Essas manifestações, além de consolidar Nova Veneza como destino reconhecido no cenário nacional, proporcionam a legitimação de grupos sociais no protagonismo histórico, político e econômico local, amplificando a hegemonia daqueles que se apropriam dos símbolos e narrativas valorizados pelo discurso do “típico” (BOURDIEU, 2011). Em paralelo, observa-se o processo de seleção e, por vezes, exclusão de outras referências culturais que poderiam compor o repertório identitário do município.

Assim, o estudo propõe analisar de maneira crítica não só a reprodução e promoção desses elementos, mas também os objetos (Santos, 2006), que irão ser escolhidos, destacados, silenciados ou ressignificados na memória coletiva e no território regional. Com isso, busca-se compreender o modo pelo qual a identidade étnica se constitui como elemento catalisador fundamental, da culinária, da gastronomia e do turismo na trajetória de Nova Veneza, ao mesmo tempo em que aponta para as tensões e desafios que envolvem a construção de identidades em contextos marcados por negociações políticas, econômicas e simbólicas. Grünewald nos apresenta a seguinte definição sobre turismo:

Turismo indica movimento de pessoas que não estão a trabalho em contextos diferentes do de origem, seja este o lar, a cidade ou o país. Trata-se, geralmente, de visitação a lugares onde poderão ser desempenhadas as mais variadas formas de atividades práticas e/ou subjetivas desde que não o trabalho (2003, p. 141).

Partindo da primazia que o turismo é uma atividade que requer, entre outras coisas, o movimento do sujeito de uma determinada localidade para outra localidade, o locomover é o verbo de ação do turismo, não existe consumir o turismo sem partir de um ponto ao encontro de outro, e esse mover-se por diferentes lugares, apesar da grande facilidade e velocidade da contemporaneidade, ou seja, não é uma exclusividade das revoluções da modernidade. A atividade turística tem uma história que remonta a um passado muito mais antigo. Cabe nesse momento, para melhor situar o leitor do trabalho, a importância de desenvolver uma breve introdução, dando um panorama da história do turismo.

O crescimento do turismo nesse período também estimulou o desenvolvimento de destinos que associavam o lazer a experiências culturais e gastronômicas, consolidando a alimentação como elemento fundamental da vivência turística. Tal relação entre deslocamento, identidade e comida se intensifica nas regiões marcadas pela imigração europeia, como é o caso de Santa Catarina, onde tradições culinárias passaram a ser promovidas como atrativos turísticos.

Nesse contexto, a valorização da gastronomia típica tornou-se não apenas uma estratégia de diferenciação, mas também um instrumento para reforçar identidades locais e regionais, performando aos visitantes um contato com a história, os costumes e os sabores representativos dos grupos formadores da região. A experiência alimentar, desse modo, vai além da simples satisfação nutricional, transformando-se em uma oportunidade de vivência sensorial e simbólica. Os pratos, preparados segundo receitas tradicionais transmitidas entre gerações, tornam-se narrativas das trajetórias das famílias dos primeiros colonos que ocuparam a região.

Em municípios como Nova Veneza, a promoção da culinária de inspiração italiana, que é apresentada como típica, por meio de festivais, restaurantes temáticos, feiras e circuitos gastronômicos, tem sido central na construção de uma imagem turística que coloca a italianidade como marca registrada. Esse processo envolve não apenas a divulgação de receitas e ingredientes específicos, mas também a preservação de modos de preparo, rituais de sociabilidade à mesa e símbolos associados à cultura dos imigrantes. Assim, a alimentação assume um papel

destacado na mediação entre passado e presente, tradição e inovação, sendo continuamente ressignificada conforme as demandas do mercado turístico e as expectativas dos visitantes. Isso evidencia a dimensão relacional e dinâmica da etnicidade, conforme discutido por autores como Poutignat, Streiff-Fenart e Barth, mostrando como o elemento culinário é mobilizada enquanto recurso simbólico, econômico e identitário no contexto do turismo contemporâneo em Santa Catarina e mais assertivo, no município de Nova Veneza, o que coloca a cidade na esteira do turismo de massa.

A consolidação do turismo moderno e turismo de massa foi acompanhado pelo surgimento de uma infraestrutura de apoio ao viajante, como hotéis, agências de viagens e guias turísticos. Empresas pioneiras, como a *Thomas Cook & Son*, organizam pacotes de excursões e introduzem uma nova lógica de consumo turístico, marcando o início do turismo de massa. Holloway (2009, p. 28) observa que “a organização de viagens em pacotes sistematizou o turismo e abriu caminho para a sua consolidação como setor econômico global”.

A partir do século XX, o turismo se diversifica e segmenta, dando origem a nichos específicos, entre eles o turismo gastronômico, que se fortalece como produto cultural e econômico. Em regiões como Nova Veneza-SC e Urussanga-SC, a herança da imigração italiana é reinterpretada e promovida por meio da culinária, festas típicas e práticas culturais, que atraem visitantes em busca de experiências autênticas. Essa conexão histórica evidencia que o turismo gastronômico não é um fenômeno isolado ou recente, mas resultado de um processo contínuo de transformações culturais, sociais e econômicas, cujo entendimento remonta às origens do turismo como prática social.

O trabalho utiliza como documentos de análise as políticas públicas de cultura implementadas no município de Nova Veneza, especialmente a Lei Municipal nº 2.592/2017, que institui o Sistema Municipal de Cultura (SMC), e a Lei nº 2.773/2020, responsável pela aprovação do Plano Municipal de Cultura. Esses dispositivos, ao estabelecerem diretrizes para o fomento e preservação das manifestações culturais locais, colocam em evidência a italianidade como eixo estruturador das ações culturais e turísticas. O Plano Municipal de Cultura, por exemplo, destaca em seu artigo 3º a necessidade de “fomentar a difusão, circulação e consumo de bens culturais

produzidos nas diversas linguagens”¹, o que, na prática, privilegia a valorização de expressões associadas à herança imigratória italiana, legitimando-as como referências centrais da identidade do município.

Além da dimensão legal e institucional, o corpus de análise contempla ainda os materiais produzidos pela imprensa, como reportagens em jornais impressos, programas de rádio, telejornais e mídias digitais. Esses veículos, ao divulgarem eventos como a Festa da Gastronomia Típica Italiana, reforça continuamente a imagem de Nova Veneza como espaço da “italianidade autêntica”. Ao narrar tradições culinárias, práticas festivas e aspectos arquitetônicos, a imprensa contribui para a naturalização de um discurso que enaltece o “típico” italiano, transformando-o em signo de identidade coletiva e produto de atração turística.

A análise desses documentos revela, conseqüentemente, como as esferas institucional e comunicacional atuam de maneira articulada na consolidação de uma italianidade hegemônica. Se, por um lado, as políticas culturais formalizam esse pertencimento étnico, conferindo-lhe respaldo jurídico e legitimidade estatal, por outro, a mídia difunde e amplifica essa representação, alcançando públicos mais amplos e reforçando a sua dimensão simbólica. Como lembra Canclini (1994), os processos de patrimonialização cultural transformam práticas sociais em bens simbólicos, capazes de gerar valor econômico e turístico, ao mesmo tempo em que conferem prestígio e reconhecimento aos grupos sociais associados a tais tradições. Nesse sentido, o discurso da tipicidade italiana em Nova Veneza se sustenta em uma dupla engrenagem: a normatividade das políticas públicas e a performatividade da imprensa, ambas convergindo para a manutenção de uma identidade cultural estratégica, simultaneamente patrimonial e mercadológica.

Cabe destacar que a existência humana é marcada por inúmeras manifestações culturais, as quais frequentemente são mobilizadas como instrumentos de promoção e legitimação de discursos étnicos, abrangendo áreas como dança, esporte, música e gastronomia. Dentre essas, a gastronomia se revela como elemento central desta pesquisa, pois permite investigar como práticas alimentares são construídas e representadas enquanto símbolos de identidade.

¹ NOVA VENEZA. Lei nº 2.773, de 30 de junho de 2020. Aprova o Plano Municipal de Cultura e dá outras providências.

Nesta pesquisa, propõe-se analisar o discurso da “tipicidade” italiana na culinária e gastronomia de Nova Veneza, articulando-o ao contexto do turismo local. Dessa forma, observa-se como a promoção de experiências gastronômicas e culturais contribui para a manutenção de um discurso de autenticidade e genuinidade, reforçando a italianidade como traço distintivo do município e constituindo-se em um componente estratégico de sua atração turística.

Dessa maneira, ao considerar o turismo gastronômico como eixo estratégico para o desenvolvimento socioeconômico de Nova Veneza, torna-se imprescindível compreender que esse processo se articula por meio de narrativas identitárias que mobilizam o passado e constroem um sentimento de pertencimento coletivo. Como destacam Poutignat e Streiff-Fenart (2011), a etnicidade deve ser entendida como um recurso acionado em contextos específicos, sendo manipulada de acordo com os interesses sociais e econômicos em jogo. No caso de Nova Veneza, a italianidade passa a funcionar como marca simbólica e comercial, possibilitando que a gastronomia não seja apenas percebida como prática alimentar, mas como instrumento de legitimação cultural e de diferenciação turística no cenário catarinense e nacional.

Esse movimento conecta-se diretamente ao que Montanari (2008) argumenta ao tratar a comida como cultura, ao afirmar que a alimentação é um “sistema de comunicação”, capaz de transmitir valores, tradições e identidades. Em Nova Veneza, a valorização de pratos considerados “típicos” não apenas satisfaz a demanda turística por autenticidade, mas também reforça a memória coletiva dos descendentes de imigrantes, consolidando uma narrativa de continuidade entre passado e presente. Tal perspectiva encontra ressonância na análise de Mary Douglas (1972), para quem o ato de comer transcende a necessidade biológica e revela uma lógica social, capaz de estabelecer fronteiras simbólicas entre grupos, evidenciando o pertencimento ou a exclusão.

Assim, a análise do turismo gastronômico em Nova Veneza ultrapassa a dimensão meramente econômica e se aproxima de um campo mais complexo, no qual cultura, identidade e mercado se entrelaçam. A culinária “tipicamente italiana” emerge, nesse sentido, como espaço de disputa simbólica e de representação social, no qual se busca não apenas atrair visitantes, mas também construir e reafirmar uma identidade coletiva que diferencia o município dentro da região sul catarinense. Essa transição, do plano socioeconômico para o plano cultural e identitário, abre espaço

para compreender como o discurso da italianidade se materializa tanto nas práticas culinárias quanto nas representações midiáticas e arquitetônicas.

2 A FORMAÇÃO DE NOVA VENEZA-SC E A IMIGRAÇÃO ITALIANA

Figura 1 - Mapa de Nova Veneza



Fonte: <https://www.coopera.com.br/estrutura>

O município de Nova Veneza, situado no extremo sul de Santa Catarina, possui uma área territorial de 293,5 km² e uma população de 13.664 habitantes, conforme o Censo Demográfico de 2022 (IBGE, 2023). A densidade demográfica de 46,31 habitantes por quilômetro quadrado reflete um equilíbrio entre ocupação urbana e rural, demonstrando um espaço que, embora de dimensões reduzidas, desempenha papel significativo na configuração regional. Sua inserção na Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC), composta por doze municípios, coloca Nova Veneza em um contexto histórico marcado pela atividade carbonífera, mas que, nas últimas décadas, vem se diversificando economicamente. Nesse processo, a valorização cultural e o turismo despontam como alternativas consistentes, impulsionadas pela herança da imigração italiana e pela singularidade de sua paisagem natural.

A história de Nova Veneza está profundamente enraizada no processo migratório europeu que marcou o sul do Brasil entre os séculos XIX e XX. Assim como

ocorreu em outros municípios catarinenses e gaúchos, a cidade teve sua origem ligada ao deslocamento de um significativo contingente de imigrantes provenientes do Norte da Itália, especialmente da região do Vêneto. Esse fluxo migratório não se deu de forma espontânea, mas esteve atrelado a contextos de crise e transformação tanto na Europa quanto no Brasil, os quais moldaram as bases históricas, sociais e culturais do município.

Segundo Giralda Seyferth (1990), a emigração italiana para o Brasil deve ser compreendida à luz de fatores estruturais da sociedade europeia da época. O Norte da Itália, e em particular o Vêneto, passava por um quadro de intensa crise agrária após a unificação política da península, em 1861. O aumento populacional, aliado à fragmentação das propriedades agrícolas, à escassez de terras férteis e às transformações decorrentes da industrialização incipiente, gerou um cenário de precariedade econômica que levou milhares de famílias a buscar alternativas em outros continentes. A emigração, nesse sentido, foi tanto uma resposta às condições materiais adversas quanto uma forma de escapar das instabilidades políticas que assolavam a região.

No Brasil, a chegada desses imigrantes esteve inserida em uma política de colonização voltada para a ocupação das áreas de fronteira e para a substituição da mão de obra escravizada após a abolição (1888). Conforme destaca João Klug (1999), o Estado brasileiro via na imigração europeia uma oportunidade de impulsionar o desenvolvimento agrícola, consolidar a ocupação territorial e promover o chamado “branqueamento” da população, uma ideologia então corrente entre as elites políticas. Santa Catarina, em particular, recebeu atenção especial nesse processo, com a instalação de colônias voltadas para a pequena agricultura familiar, modelo considerado ideal para o “progresso civilizatório” que se pretendia implementar.

Foi nesse contexto que, em 1891, chegaram as primeiras famílias italianas ao território que mais tarde se tornaria Nova Veneza. Conforme relata o Padre Rovílio Costa (1983), estudioso da imigração italiana, os colonos que se estabeleceram na região eram, em sua maioria, camponeses pobres, mas portadores de uma rica bagagem cultural, marcada pela religiosidade, pela vida comunitária e pelas tradições culinárias e festivas. Essa bagagem foi fundamental para a organização inicial da colônia, uma vez que as práticas de solidariedade e cooperação constituíram mecanismos essenciais de adaptação em um ambiente marcado por dificuldades naturais, como a densa Mata Atlântica.

A vida cotidiana dos primeiros imigrantes esteve marcada pelo esforço coletivo em construir infraestrutura básica, como estradas, igrejas, escolas e pequenas propriedades agrícolas. A agricultura de subsistência, centrada no cultivo de milho, feijão e mandioca, aos poucos foi complementada pelo cultivo da uva, pela produção de vinho e pelo desenvolvimento de hortas e pomares, atividades que se tornariam marcas distintivas da presença italiana na região (SEYFERTH, 1990). Nesse sentido, a experiência da imigração não foi apenas um movimento de deslocamento espacial, mas um processo de recriação cultural em território brasileiro, no qual práticas herdadas da Itália foram adaptadas às condições locais. O movimento migratório que, no final do século XIX e início do século XX, levou milhares de europeus ao continente americano constituiu um dos fenômenos mais significativos da história contemporânea. Longe de ser um deslocamento espontâneo, a emigração foi atravessada por transformações estruturais que remodelavam o Ocidente naquele momento, impulsionadas pelo alargamento do capitalismo, pela Revolução Industrial e pela reorganização das formas de produção agrícola. Como observa Seyferth (1990), a crise que afetava regiões como o norte da Itália, especialmente o Vêneto, foi determinante para a saída de milhares de camponeses, que viram na emigração uma alternativa viável diante da fragmentação das propriedades agrícolas, do endividamento e das instabilidades políticas que marcaram a península após a unificação de 1861.

Esse deslocamento transatlântico deve ser compreendido como um fenômeno de dupla face. Por um lado, respondia às necessidades concretas das famílias italianas em busca de melhores condições de vida; por outro, correspondia às estratégias dos Estados nacionais. João Klug (1999) destaca que a Itália, em meio às dificuldades de consolidar-se como Estado unificado e moderno, via na emigração um instrumento de alívio das tensões sociais internas e, ao mesmo tempo, de expansão de sua influência cultural e econômica em escala global. Dessa forma, a saída de milhões de italianos foi tanto uma resposta à precariedade quanto uma política implícita de gestão populacional.

No Brasil, a chegada desses imigrantes esteve diretamente relacionada ao fim da escravidão em 1888 e à necessidade urgente de reorganizar a produção agrícola e a substituição da mão de obra escravizada. O Estado brasileiro e os governos provinciais passaram a incentivar a imigração europeia como parte de um projeto de colonização que tinha, simultaneamente, objetivos econômicos e

ideológicos. Padre Rovílio Costa (1983) ressalta que o modelo da pequena propriedade agrícola, aplicado nas colônias de Santa Catarina, era considerado ideal pelas elites políticas, pois promovia a ocupação territorial, a diversificação produtiva e, sobretudo, atendia ao ideário do “branqueamento” populacional que permeava as políticas imigratórias no período:

A inserção da economia brasileira no mercado internacional viria proporcionar, entre outras coisas, a maciça imigração durante o século XIX. Tornou-se necessário um suprimento de mão-de-obra diversificada para alimentar o crescimento verificado no setor comercial e financeiro, tanto sob o aspecto quantitativo, como sob o aspecto da qualificação. Foi preciso prover os espaços vazios que surgiram em decorrência do rápido processo de urbanização, prover a mão-de-obra para a crescente lavoura do café que se ressentia da escassez do elemento escravo. Era necessário, ainda, povoar e colonizar diversas áreas improdutivas, especialmente na região sul do país onde se encontrava o principal eixo econômico (Constantino, 1991, p.53)

A colonização do sul de Santa Catarina, especialmente, a partir da segunda metade do século XIX, insere-se no quadro mais amplo das políticas nacionais de imigração e ocupação territorial que marcaram o período pós-abolição. O Estado brasileiro passou a incentivar a vinda de imigrantes europeus para o país, oferecendo-lhes terras, subsídios e oportunidades de inserção em novos núcleos coloniais. No caso catarinense, a chegada de italianos a partir de 1875 e, em especial, o estabelecimento das colônias em áreas como Nova Veneza, a partir de 1891, constituíram parte de um projeto que articulava interesses econômicos, políticos e ideológicos.

Maurício Selau (2006) evidencia que, além do fortalecimento das divisas nacionais e da ampliação da agricultura familiar, o discurso oficial da colonização era justificado pela suposta necessidade de “preencher vazios demográficos”. Essa retórica, amplamente difundida nos relatórios e nas narrativas estatais da época, desconsiderava a presença de povos indígenas que já habitavam a região, como os Xokleng, frequentemente denominados “bugres²”. Para o autor, o termo “vazio demográfico” funcionou como um dispositivo retórico, destinado a legitimar a expropriação de territórios indígenas e a promover uma imagem de terra disponível, apta a ser ocupada pelos colonos.

² Termo utilizado de maneira generalizada no Brasil para designar pejorativamente os grupos indígenas que não mantinham contato com a sociedade nacional (Selau, 2006, p.24).

Contudo, afirmar que determinadas áreas estavam “desocupadas” era uma operação política e ideológica de invisibilização da população indígena. Santos (2006) nos adverte que o território não é apenas uma porção de espaço geográfico, mas o resultado histórico da interação entre sistemas de objetos e sistemas de ações. Haesbaert (2004) complementa essa reflexão ao lembrar que o território é sempre um espaço de disputa, em que múltiplos grupos sociais; indígenas, imigrantes, elites locais e o próprio Estado, competem pela apropriação e pela ressignificação de seu uso. Assim, a narrativa do vazio demográfico no sul catarinense revela muito mais sobre as intenções do poder instituído do que sobre a realidade social e cultural do território naquele dado momento histórico.

Os Xokleng, predominantemente presentes na região sul de Santa Catarina, constituíam sociedades complexas, com organização própria e formas de ocupação territorial que não se enquadravam nos moldes de “progresso³” definidos pelo ideário republicano. Giralda Seyferth (1990) aponta que, para as elites brasileiras, os povos indígenas representavam um obstáculo à modernização e à formação de uma sociedade racialmente “branqueada”. Nesse contexto, políticas explícitas e implícitas de deslocamento, marginalização e, em alguns casos, violência direta, foram empregadas para reduzir a presença indígena nos territórios cobiçados pelo projeto de colonização europeia. Costa (1983) recorda que, ao mesmo tempo em que os colonos eram exaltados como “agentes do progresso”, os indígenas eram retratados como bárbaros, selvagens, e, incompatíveis com o projeto civilizatório da Primeira República.

Por questões de sua relação com a terra e, por conseguinte, com o meio ambiente (já que os Xokleng praticavam basicamente a caça e a coleta), e não terem contato nem se sentirem como parte de uma sociedade nacional, vivendo na mata atlântica da região para obter o seu sustento (SELAU, 2006), o grupo acabou ficando à mercê do projeto de colonização europeia, confrontando-se com as intemperes das transformações do meio ambiente, empreendidos pela alocação dos imigrantes vindos da Europa para região.

A exaltação do “mito fundador” em Nova Veneza pode ser compreendida como uma estratégia simbólica que organiza a memória coletiva e legitima a

³ Ao longo do século XIX, é possível perceber na documentação oficial diversas referências ao grupo Xokleng e a perspectiva da possibilidade de trazê-los à civilização ou afugentá-los para que as terras pudessem ser colonizadas (Selau, 2006, p.24).

identidade étnica do município. Poutignat e Streiff-Fenart (2011) afirmam que a etnicidade é uma categoria relacional e estratégica, acionada de acordo com interesses específicos, funcionando como recurso para afirmar pertencimento e construir fronteiras simbólicas. No contexto de Nova Veneza, o mito fundador dos imigrantes italianos atua exatamente nesse sentido, ao narrar a chegada, o esforço e a perseverança das primeiras famílias, cria-se um imaginário coletivo que reforça a centralidade da italianidade na história local e estabelece uma narrativa hegemônica que orienta a interpretação do passado e do presente.

Essa narrativa histórica, estruturada em torno do mito fundante, influencia diretamente a produção cultural e turística do município. A gastronomia típica, as festas tradicionais e a valorização de símbolos arquitetônicos não são apenas elementos culturais preservados, mas componentes performáticos que tornam visível a italianidade de forma estratégica, promovendo a atração de turistas e consolidando a cidade como polo de turismo étnico-gastronômico. Nesse sentido, a italianidade é mobilizada como recurso simbólico e econômico, convertendo memórias históricas em experiências culturais que dialogam com a expectativa de autenticidade do visitante. Assim, a narrativa do mito fundador e a identidade étnica tornam-se instrumentos de desenvolvimento local, integrando dimensões históricas, culturais e econômicas em uma mesma lógica.

O turismo étnico-gastronômico reforça e perpetua o mito fundador, ao transformar a memória migratória em produto cultural. Em Nova Veneza, a italianidade não é apenas lembrança do passado, mas um ativo presente, constantemente ressignificado e exibido para fins de visibilidade e valorização cultural. Poutignat e Streiff-Fenart (2011) ajudam a compreender essa dinâmica ao apontar que a etnicidade não é fixa, mas produzida e reproduzida em interações sociais e contextos estratégicos. Nesse processo, o mito fundador funciona como eixo estruturante, fornece uma narrativa coerente para a construção da identidade local, legitima práticas culturais e orienta a percepção de turistas e moradores sobre o que é “típico”, moldando tanto a memória quanto a economia do segmento gastronômico do município.

É característica das regiões formadas pelas antigas colônias italianas e alemãs a valorização do que se convencionou chamar de “mito fundador”, entendido como um modelo simbólico capaz de orientar e sustentar a narrativa histórica local. Em Nova Veneza, esse mito assume papel central na construção do imaginário

coletivo, funcionando como referência para a interpretação do passado e para a legitimação das práticas culturais e sociais da comunidade. A partir dessa exaltação do mito fundante, diversos elementos culturais, como a gastronomia, as festas típicas, a arquitetura e os símbolos urbanos, são mobilizados para consolidar o discurso da identidade étnica do município, reforçando não apenas o senso de pertencimento, mas também a hegemonia de uma narrativa que privilegia determinadas memórias em detrimento de outras. Nesse contexto, a identidade étnica deixa de ser apenas um traço cultural, tornando-se um instrumento de projeção histórica, no qual a etnia é acionada em busca de protagonismo social, simbólico e político, estabelecendo um elo entre passado e presente que sustenta a continuidade de um determinado projeto de comunidade:

Sempre há alguma coisa a explicar, desculpar, esconder ou, pelo contrário, corajosamente ostentar, negociar, oferecer e barganhar. Há diferenças a serem atenuadas ou desculpadas ou, pelo contrário, ressaltadas e tornadas mais claras. As “identidades” flutuam no ar algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar alerta constantemente para defender as primeiras em relação às últimas. Há uma ampla possibilidade de desentendimento, e o resultado da negociação permanece eternamente pendente. (BAUMAN, 2005, p.19)

Tomando como análise a historiografia catarinense, a autora Cristina Scheibe Wolff (2009), define que a história contada pelos imigrantes, pondo a figura do colonizador como o protagonista, seria uma articulação tradicional daquilo que a historiadora trata como produção restrita, alocada em uma perspectiva tradicional da história:

Esta abordagem historiográfica remete-nos mais uma vez às características da chamada história tradicional, acima descritas, e muitas vezes tem sido uma história vista de cima, embora circunscrita a um âmbito local. É nestas histórias que aparece a figura do fundador da cidade, ou das principais famílias, muitas vezes presentes ainda na economia e na política. Há geralmente certa preocupação com a Toponímia – origem dos nomes dos lugares a que se refere -, e com a genealogia das principais famílias. (WOLFF, 2009, p.57)

A história tradicional aponta para uma direção pouco coletiva no seu modo de produzir ciência e junto ao interesse de consolidar certos padrões e vangloriar um passado que sirva prontamente aos discursos do presente, na perpetuação de uma história tradicional local, no caso, Nova Veneza, mas que também não se furta a outros municípios da região, fundada por imigrantes europeus, a ligação do passado com o protagonismo do colonizador. Para melhor expor essa questão, ao citar Nova Veneza, a obra História de Nova Veneza de Zulmar Hélio Bortolotto (1991), é um exemplo de

positivação do colonizador, assim, como, em: Imigrantes: Sua História, Costumes e Tradições de Quinto Davide Baldessar (2005), da cidade de Urussanga, vizinha a cidade de Nova Veneza. Seguindo a ideia de manutenção das tradições, no ano de 2019, foi criada a Lei 2738 de 22 de Novembro de 2019⁴, no qual seu conteúdo traz a criação da praça Natale Coral, conhecido bugreiro da região. A ação gerou nota de repúdio de inúmeras instituições, como da Associação Nacional de História (ANPUH), que em sua nota relata a contramão pela qual o município caminha:

Em um momento histórico no qual pelo mundo todo vemos a remoção e o questionamento acerca de monumentos em homenagem a ditos “heróis”, responsáveis por atos genocidas do passado, ao receber a notícia desta homenagem nos perguntamos: Por que? Para que? A homenagem a Natale Coral em praça pública nos parece um negacionismo histórico dos crimes cometidos pelo fundador, e nos provoca novamente o questionamento sobre o lugar dos ditos “heróis” na nossa sociedade atual (ANPUH, 2021).

Fica evidente, por meio das ações do legislativo neoveneziano, a preocupação em construir e manter a polidez da imagem do “herói”, aquele benfeitor que, no passado, alicerçou, pavimentou e tornou mais viável a vida das gerações subsequentes. Essa valorização histórica não se limita à simples homenagem, mas atua como instrumento de legitimação social e política, reforçando uma narrativa de continuidade e progresso atribuída aos imigrantes italianos e seus descendentes. Ao destacar o papel desses atores como pilares do desenvolvimento local, as políticas e iniciativas legislativas contribuem para a perpetuação de uma hegemonia simbólica, consolidando a centralidade da identidade italiana na memória coletiva e na representação do município. Além disso, essa estratégia discursiva influencia diretamente a forma como a história e a cultura são apresentadas à população e aos visitantes, servindo como base para o turismo étnico e gastronômico, ao transformar figuras históricas em símbolos de autenticidade e de pertencimento cultural.

O fator fome é um elemento crucial no que diz respeito ao processo migratório italiano para o continente americano (GRANDI, 2024), o despojamento da população

⁴ **"DENOMINA PRAÇA PÚBLICA NO BAIRRO ELISA, MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS"**

ROGÉRIO JOSÉ FRIGO, Prefeito Municipal de Nova Veneza, SC, no uso de suas atribuições legais, previstas na Lei Orgânica do Município, faz saber que a Câmara de Vereadores aprovou e ele sanciona a seguinte Lei:

Art. 1º Fica denominada "PRAÇA NATALE CORAL", localizada na Rua Dos Imigrantes, Bairro Elisa, conforme mapa em anexo.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

excedente, expulsa do processo de produção, em razão do desenvolvimento das relações produtivas capitalistas, consolidado pelo recente Estado unitário alavancaram esse êxodo.

Então a emigração de milhões de italianos, em sua tragicidade, foi uma panaceia para a economia do país e para a vida daqueles que ali permaneceram. No início do século XX, a Itália presencia uma primeira fase de crescimento que os historiadores chamam de “decolagem industrial” (Grandi, 2024,p.14).

Assim, a unificação italiana no século XIX, e a adesão da península ao sistema capitalista, não tinham em seu plano incluir as camadas populares do país, resultando na expulsão do campesinato das terras. A classe dos pequenos artesãos tivera suas atividades parcialmente destruídas, a industrialização apresentou-se inapta para absorver a mão de obra disponível. Consequentemente, grande parte da população italiana buscou, em outras nações, as condições de vida que o país lhe negava.

As transições que estavam se desenrolando no Brasil do final do século XIX e início do XX, tendo em perspectiva o fim da escravidão no ano de 1888 e a Proclamação da República no ano seguinte, desencadearam novos elementos no jogo social e político do país. O incentivo à imigração (europeia), foi um dos elementos de preocupação do Estado nesse contexto. Por intermédio do estímulo à imigração, que nesse momento houve a promulgação do “Decreto nº 528, de 28 de junho de 1890, chamado Lei de Glicério⁵, nome de seu idealizador, o então Ministro e Secretário de Estado dos Negócios da Agricultura, Comércio e Obras Públicas, Sr. Francisco Glicério” (BORTOLOTTI,1992, p.17). Segundo Bortolotto (1992), no que concerne a Lei de Glicério, beneficiando-se da mesma, a empresa estadunidense Angelo Fiorita e Cia, com sede na então capital do Brasil, a cidade do Rio de Janeiro e com vínculos

⁵ Regulariza o serviço de introdução e localização de imigrantes na República dos Estados Unidos do Brasil. O Generalissimo Manoel Deodoro da Fonseca, Chefe do Governo Provisorio da Republica dos Estados Unidos do Brazil, constituído pelo Exercito e Armada, em nome da Nação: Considerando a conveniência de regularizar o serviço da immigração na República, de modo que os imigrantes tenham segura garantia da efetividade dos auxílios que lhes foram prometidos para o seu estabelecimento; Considerando que da adopção de medidas adequadas e tendentes a demonstrar o empenho e as intenções do Governo, relativamente á immigração, depende o desenvolvimento da corrente immigratoria e a segura applicação dos subsídios destinados àquele serviço, ao qual se acha intimamente ligado o progresso da Nação; Considerando que a protecção dada aos imigrantes e as medidas que assegurem a sua prompta e conveniente colocação concorrem eficazmente para interessar-os na prosperidade dos estabelecimentos em que forem localizados; Considerando que faz-se conveniente a concessão de favores que animem a iniciativa particular e auxiliem o desenvolvimento das propriedades agrícolas, facilitando-lhes a aquisição de braços, de modo, porém, que seja atendida a conveniente colocação dos imigrantes.

em outras nações, no dia 22 de outubro de 1890, concretizou-se um contrato com o governo para a incorporação de um milhão de imigrantes de origem europeia, nos quais seriam subdivididos em vinte núcleos agrícolas.

Vale ressaltar, que no ano seguinte da assinatura do contrato, em 16 de junho de 1891, a empresa Angelo Fiorita & Cia, passou os seus direitos e deveres à Companhia Metropolitana, sendo agora a Companhia encarregada pela implantação da Colônia Nova Veneza (BORTOLOTTI, 1992, p. 19).

Essas distribuições de imigrantes concentraram-se nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia e Santa Catarina, refletindo uma política de colonização que buscava ocupar territórios estratégicos e estimular o desenvolvimento agrícola e econômico do Brasil imperial. No caso de Santa Catarina, coube ao estado a responsabilidade de fundar três núcleos coloniais em áreas de terras devolutas⁶, caracterizadas por sua disponibilidade para assentamentos oficiais. Um desses núcleos recebeu o nome de Colônia Nova Veneza, marcado pela chegada de grupos majoritariamente italianos que buscavam novas oportunidades de vida e trabalho. Esse processo de ocupação não apenas transformou a paisagem física da região, com a implantação de vilas, plantações e infraestruturas básicas, mas também gerou um espaço social e cultural específico, no qual tradições, práticas comunitárias e valores trazidos pelos imigrantes se consolidaram como elementos centrais da identidade local. A fundação da colônia representa não apenas um movimento populacional, mas o início de uma trajetória histórica que moldaria profundamente o tecido cultural, social e econômico de Nova Veneza:

⁶ Basicamente, dois diplomas legais tentaram conceituar ou definir o que se deve entender por terras devolutas: a) a Lei Imperial nº 601, de 18 de setembro de 1850, e b) o Decreto-lei nº 9.760, de 5 de setembro de 1946. a) A Lei Imperial Nº 601/1850 (Lei de Terras) O critério fixado pelo legislador, ao conceituar as terras devolutas, foi o da exclusão. Seriam terras devolutas aquelas áreas excluídas das hipóteses mencionadas nos quatro parágrafos do art. 3º, in verbis: "Art. 3º São terras devolutas: § 1º As que não se acharem aplicadas a algum uso público nacional, provincial ou municipal; § 2º As que não se acharem no domínio particular por qualquer título legítimo, nem forem havidas por sesmarias e outras concessões do Governo Geral ou Provincial, não incursas em comisso por falta de cumprimento das condições de medição, confirmação e cultura; § 3º As que não se acharem dadas por sesmarias ou outras concessões do Governo, que, apesar de incursas em comisso, forem revalidadas por essa lei; § 4º As que não se acharem ocupadas por posses que, apesar de não se fundarem em título legal, forem legitimadas por essa lei". b) O Decreto-lei Nº 9.760/1946 Esse diploma normativo, no que pertine ao conceito de terras devolutas, manteve o critério legal adotado pela Lei de Terras, denominando-as como sendo aquelas que, embora não sendo aplicadas a algum uso público federal, estadual ou municipal, não foram incorporadas ao patrimônio particular (Almeida, 2003, p. 312).

Em janeiro de 1891 Miguel Nápoli, original da Sicília-Itália, chegou a Nova Veneza para comandar a abertura de estradas, a demarcação das terras e a construção de uma serraria para receber os imigrantes italianos oriundos de Veneza-Itália, que chegaram em junho do referido ano, num total de 400 famílias. Em outubro chegaram mais 500 famílias provenientes de Veneza e Bergamo na Itália, culminando com a fundação de Nova Veneza. (IBGE)

Desse modo, a Colônia de Nova Veneza é oficialmente fundada em 1891, em um contexto histórico marcado pela transição do Brasil Império para a República, o que imprime ao processo de colonização uma série de novas diretrizes políticas e administrativas. Sob a égide republicana, a instalação da colônia representava não apenas a ocupação e aproveitamento das terras devolutas do estado catarinense, mas também uma estratégia do governo para impulsionar o desenvolvimento agrícola e assegurar a presença de grupos europeus como força de trabalho e agentes de modernização. No entanto, é apenas em 1958, quase sete décadas após a sua fundação, que Nova Veneza conquista sua emancipação político-administrativa, deixando de integrar o território do município de Criciúma. Esse longo intervalo evidencia tanto a dependência inicial da colônia em relação a centros urbanos vizinhos, quanto o processo gradual de afirmação de sua autonomia. A emancipação, portanto, não se restringe a um ato jurídico, mas simboliza o reconhecimento da singularidade de Nova Veneza e da contribuição de seus habitantes descendentes de imigrantes italianos para a configuração regional, reforçando, assim, a importância da memória histórica e do discurso étnico na legitimação de sua trajetória como município:

A Lei nº 123 de 02/01/1912 criou o distrito com a denominação de Nova Veneza, subordinado ao município de Araranguá. Em 1913 foi elevado a Vila, pertencente ao município de Campinas, hoje Araranguá. Em 1926, passou a pertencer ao novo município de Criciúma. Em 21/06/1958, com a Lei estadual nº 348, emancipou-se, tornando-se município de Nova Veneza. Hoje o município é composto pelos distritos de Nova Veneza, Nossa Senhora do Caravágio e São Bento Baixo. (IBGE)

Consolidava-se, assim, o município de Nova Veneza, como território autônomo de Criciúma. Seu setor metalúrgico é bem estabelecido e conhecido na região sul do estado. Também é produtor de produtos agrícolas, como o milho e o arroz. Mas é com o setor do turismo que o município vem se firmando e obtendo notoriedade no cenário local e nacional, principalmente, depois de receber o título de Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana, no ano de 2017, por intermédio do

Projeto de Lei 2.042/2015, da Deputada Federal Geovânia de Sá e sancionado pela Lei 13.678/18, na qual diz:

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei: Art. 1º Fica conferido ao Município de Nova Veneza, no Estado de Santa Catarina, o título de Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana. Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. Brasília, 13 de junho de 2018; 197º da Independência e 130º da República. (BRASIL, 2018)

Desse modo, o título de Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana, conquistado em 2017, não pode ser compreendido como um fato isolado, mas como parte de um processo mais amplo de valorização da identidade cultural neoveneziana, iniciado décadas antes. A trajetória de reconhecimento institucional e simbólico do município passa pela articulação entre políticas públicas, iniciativas legislativas e a atuação do setor privado, todos convergindo para a construção de uma narrativa em que a herança imigratória é utilizada como ativo de desenvolvimento.

Ao se analisar o conjunto de iniciativas legislativas em diferentes esferas, percebe-se que a própria normatividade estatal atua como instância de validação da italianidade em Nova Veneza. As leis e decretos não apenas reconhecem, mas também oficializam práticas culturais e gastronômicas, transformando-as em patrimônios simbólicos que passam a representar a cidade diante de seus habitantes e visitantes. Esse reconhecimento jurídico, entretanto, não é neutro: ao selecionar determinadas tradições como dignas de valorização pública, cria-se um processo de hierarquização cultural, no qual algumas memórias e heranças ganham centralidade enquanto outras permanecem à margem. A italianidade, nesse sentido, deixa de figurar apenas como legado histórico e se converte em um recurso político e econômico, capaz de sustentar estratégias de promoção turística e de fortalecimento identitário. Tal movimento contribuiu decisivamente para que Nova Veneza construísse as bases de sua projeção no cenário catarinense e nacional, culminando na consolidação de sua imagem como polo de gastronomia étnica e de preservação da cultura italiana em terras brasileiras.

A partir do início dos anos de 1990, nas portas do centenário da fundação de Nova Veneza, iniciam-se os preparativos para as festividades comemorativas, que coincidiriam com o ano de 1991. O governo municipal, articulado com setores privados atrelados ao segundo setor, principalmente os que prestam serviços, passou a entusiasmar as possibilidades turísticas de Nova Veneza, possibilidades estas,

elaboradas a partir do discurso da etnicidade fundante do seu território. Assim sendo, o poder público municipal passou a intentar uma grande quantidade de investimentos e a transformação da região central da antiga colônia, isto tudo motivado, especialmente, seguidamente a obtenção do título de Capital Catarinense da Gastronomia Típica Italiana, no ano de 2003, gratificado por intermédio do PL 15.670/11, de autoria do Deputado Estadual Ronaldo Benedet, que legislava na ALESC, no período referido.

Nesse processo de inúmeras transformações e investimentos, podemos salientar a realização da Festa da Gastronomia Típica Italiana em 2005, ainda temos no ano de 2006, a instalação da gôndola doada pelo governo de Veneza da Itália, a embarcação foi disposta na praça central da cidade, Humberto Bortoluzzi; a instituição do Carnevale Di Venezia, que acontece no município desde o ano de 2007; a confecção da cobertura de uma parte da Rua Nicolau Pederneiras, em junho de 2019. Podemos perceber a partir desses atributos, principalmente no que se refere a cobertura do logradouro e a instalação da gôndola presenteada pelo governo de Veneza, uma turistificação do território central da cidade:

Neste contexto, a cidade tornou-se um polo turístico da região sul catarinense em um curto espaço de tempo. Com isso, as casas remanescentes do início do século XIX, possuidoras de característica italiana do período de colonização, transformaram-se em restaurantes, boutiques de roupa, lojas de souvenirs e produtos coloniais. (Junior, 2022, p.13)

Com o intuito de transformar o território de Nova Veneza em um território turistificado, essas construções foram ressignificadas para assistir às demandas de mercado que a atividade do turismo étnico precisa para dar um caráter de legitimidade e originalidade ao empreendimento. Desta forma, Nova Veneza tem em suas atividades turísticas o elemento étnico-gastronômico funcionando, não só como catalisador da história dos antepassados e o presente dos seus descendentes, mas é também o carro chefe do modelo de turismo presente na cidade.

Figura 2 - Gôndola



Fonte: Google, 2025

Com o discurso voltado para a ideia do “típico”, a culinária e gastronomia de Nova Veneza vem se espalhando como um dos mais importantes atributos para a demanda turística na região. O grande destaque dado ao elemento “típico” conferiu-lhe o grau de Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana, título alcançado no ano de 2017, pela Lei 13.678/18 (BRASIL, 2018). Assim, a culinária e gastronomia são fatores de extrema importância para manutenção dos laços com o passado dos colonizadores na cidade. Posto isso, o discurso de italianidade no município de Nova Veneza, é o discurso de uma culinária e gastronomia tipicamente italiana, amplamente difundida na cidade do Sul Catarinense em questão.

Esse discurso de autenticidade gastronômica irá fomentar, além de outras coisas, o turismo na região. Um turismo baseado no discurso de “tradição” (Hobsbawm e Ranger 2008), de legitimidade, que representa a herança dos antepassados que se estabeleceram na região a partir de 1891. O discurso de “típico”, nesse caso, se liga à manutenção de uma identidade italiana imigrante e seus descendentes, propondo, assim, uma ponte entre passado e presente (Poutignat; Streiff-Fernart, 2011). Uma identidade que mesmo em território não europeu, venha estabelecer vínculos e tributos a um passado fundador e, apoiado nesses predicados, emule, de certa forma, um pedaço da Veneza italiana na cidade Nova Veneza. Posto isto, foi intuito deste

estudo, discorrer sobre aspectos que configuram um turismo baseado na concepção de um lugar que é entendido como esteio alicerçado na valorização memorial, herdeira de uma herança “típica” italiana:

Frequentemente, o tema de modelos e lembranças apresenta ativos, conquistas e artefatos que são o orgulho do grupo, incorporando o estilo ou o glamour da cultura⁷” (GRABURN, 1976, p. 27).

No entanto, cabe ressaltar as adaptações do espaço como parte de um processo de construção simbólica que busca criar elementos capazes de reproduzir e remeter aos ambientes associados ao local de origem dos primeiros imigrantes que chegaram a Nova Veneza. Esse esforço de reconfiguração não ocorre de maneira espontânea, mas sim por meio de escolhas conscientes, em que aspectos arquitetônicos, gastronômicos e culturais são reinterpretados e reconstituídos de modo a transmitir uma sensação de autenticidade ao visitante. Como destaca Lefebvre (1991), o espaço é sempre uma produção social, e sua organização reflete disputas, interesses e estratégias de poder que, no caso turístico, se manifestam na criação de cenários que evocam uma memória coletiva e reforçam a identidade étnica ligada à italianidade:

O planejamento turístico dá início ao processo de turistificação, que ocorre quando um espaço é apropriado pelo turismo, fazendo com que haja um direcionamento das atividades para o atendimento dos que vem de fora, alterando a configuração em função de interesses mercadológicos (Issa & Dencker, 2006, p. 2).

Esse processo de transformação espacial pode ser compreendido como uma estratégia de valorização territorial voltada ao turismo, em que as paisagens locais são remodeladas para atender às expectativas de visitantes que buscam experiências “típicas” e diferenciadas. Dessa forma, a cidade passa a desempenhar um duplo papel: de um lado, preserva e celebra sua herança cultural; de outro, utiliza essa herança como recurso econômico, inserindo-se em um mercado competitivo de destinos que exploram a etnicidade como diferencial. Nesse sentido, como lembra Santos (2006), o espaço deve ser entendido como um híbrido entre técnica e tempo,

⁷ Often the subject matter of models and souvenirs presents assets, achievements, and artifacts that are the pride of the group, embodying the style or glamor of the culture (tradução nossa).

carregado de intencionalidades sociais, o que reforça a ideia de que a turistificação é também uma forma de reorganização socioespacial.

Assim, a turistificação do território em Nova Veneza articula memória, identidade e economia, reafirmando a italianidade como eixo estruturante do discurso turístico do município. Ao mesmo tempo em que legitima a presença histórica dos imigrantes, o processo também constrói uma versão idealizada dessa herança, adaptada às exigências do consumo turístico contemporâneo. Podemos exemplificar como uma dessas inserções para emular um território étnico, a instalação de uma gôndola⁸ na praça principal da cidade. A embarcação em questão foi um presente dado pelo governo italiano de Veneza. Essa inserção do equipamento fluvial, famoso, quando o assunto é a cidade do norte da Itália, que tem problemas relacionados à inundação do local, sendo a gôndola utilizada como um meio de transporte e como parte do roteiro de turistas que visitam a cidade durante o ano todo:

O discurso de “passado árduo para um presente grandioso” encontra algumas ligações com o próprio enredo construído para contar a história local de Nova Veneza em suas contradições pois, desde o princípio, a construção pública da etnicidade local se sustenta na história dos vencedores, respaldada por um ideal de progresso econômico, identitariamente utilizado para se posicionar à frente dos demais municípios de colonização italiana no sul de Santa Catarina (JUNIOR, PREIS, 2022. p. 37).

Aqui percebe-se o propósito de simular uma sensação de um “pedacinho” da Veneza italiana, sem sair do Brasil, criando-se uma atmosfera que articula memória, identidade e consumo. Essa encenação cultural responde ao desejo de vincular a cidade à ideia de italianidade, fazendo com que o espaço urbano funcione como palco de um patrimônio étnico reinventado. A imagem de Veneza, nesse caso, não é apenas referência geográfica, mas símbolo carregado de significados afetivos e econômicos, que conectam passado e presente em função do turismo.

⁸ A gôndola, de nome Lucille, chegou em 2006. Foi utilizada nos canais de Veneza antes de ser doada e é 100% artesanal, fabricada por um canteiro que tem mais de 700 anos e simboliza uma aproximação entre as cidades.

2.1 TERRITÓRIO E IDENTIDADE EM NOVA VENEZA-SC

A delimitação territorial de Nova Veneza evidencia um mosaico de fronteiras que conectam o município a realidades distintas. Faz limites com Criciúma, um polo urbano-industrial de grande relevância, e com municípios de perfil mais rural, como Morro Grande e Meleiro, além de estar em contato direto com a encosta da Serra Geral, na divisa com o Rio Grande do Sul, região caracterizada por altitudes elevadas e paisagens de grande beleza cênica. Essa condição geográfica confere ao território uma multiplicidade de possibilidades de uso, onde se cruzam práticas agrícolas, fluxos urbanos e atividades turísticas. De acordo com Raffestin (1993), o território deve ser entendido como produto das relações de poder e de apropriação do espaço, sendo constantemente redefinido pelos atores sociais. Nesse sentido, Nova Veneza não se limita a ser um espaço físico delimitado por fronteiras administrativas, mas constitui-se como território de práticas culturais, econômicas e simbólicas, que se materializam tanto nas festas tradicionais e no patrimônio arquitetônico quanto na exploração de seus recursos naturais.

O conceito de multiterritorialidade, desenvolvido por Haesbaert (2004) contribui para essa reflexão ressaltando que diferentes territórios podem coexistir e se sobrepor em uma mesma localidade. Em Nova Veneza, essa multiplicidade se manifesta na convivência entre o território agrícola, o território urbano, o território turístico e o território simbólico da italianidade. Cada um desses espaços possui sua lógica própria, mas são articulados pelo projeto de desenvolvimento local que coloca o discurso de “típico” italiano no centro das estratégias de visibilidade. Essa multiterritorialidade, longe de ser apenas um aspecto positivo, pode também evidenciar tensões e disputas, já que nem todas as memórias e identidades têm o mesmo espaço de representação. A dimensão cultural, levando isso em conta, não pode ser dissociada da compreensão do território.

A proposta de espaço para Milton Santos em *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*, enfatiza que o espaço deve ser visto com a seguinte configuração, sendo, dessa forma, um “conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações” (SANTOS, 2005, p. 12), isto é, como uma totalidade onde o material e o imaterial se fundem. Em Nova Veneza, os objetos estão representados pelas edificações históricas, praças, igrejas e pela própria paisagem agrícola,

articulam-se com as ações, que englobam festas comunitárias, manifestações culturais e práticas gastronômicas, dando vida a um território culturalmente ativo:

A partir da noção de espaço como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações podemos reconhecer suas categorias analíticas internas. Entre elas, estão a paisagem, a configuração territorial, a divisão territorial do trabalho, o espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo (Santos, 2005, p. 12).

Essa dinâmica permite compreender por que o município se consolidou como referência na manutenção da italianidade, ao mesmo tempo em que explora o potencial do turismo étnico-gastronômico como fator de desenvolvimento. Portanto, ao observar o processo de turistificação e a centralidade do turismo étnico-gastronômico em Nova Veneza-SC, constata-se que o município constitui um território em que a identidade é mobilizada como recurso estratégico de desenvolvimento. Essa mobilização, entretanto, implica em uma seletividade discursiva que, ao destacar a italianidade como marca, pode limitar a pluralidade cultural e reforçar fronteiras simbólicas. Assim, o turismo étnico-gastronômico do município não deve ser interpretado apenas como prática econômica, mas como fenômeno social e cultural, no qual estão em jogo representações, performances, continuidades e disputas de uma identidade.

No campo do turismo, a contribuição teórica de Jafar Jafari (1990; 2005) é fundamental para entender a trajetória de Nova Veneza-SC. Segundo o autor, o turismo pode ser interpretado a partir de diferentes plataformas de conhecimento, que vão do enfoque econômico à abordagem cultural e científica. No caso de Nova Veneza, observa-se a prevalência de uma perspectiva cultural, na qual o turismo não é apenas atividade econômica, mas também um meio de preservar, ressignificar e difundir a identidade da região. As festas típicas, os restaurantes de culinária italiana e os eventos comunitários materializam o que Jafari (2005) denomina como “plataforma do conhecimento científico-cultural”, pois estimulam pesquisas, projetos e práticas que visam não apenas atrair visitantes, mas também fortalecer o sentimento de pertencimento da comunidade.

Dessa forma, a análise de Nova Veneza, sob a ótica da geografia crítica e dos estudos do turismo, revela um território dinâmico no qual múltiplas dimensões se entrelaçam, especialmente no processo de turistificação do espaço e na construção

de performances identitárias. A centralidade atribuída ao discurso do “típico” italiano, sustentado pela tradição cultural e pela gastronomia étnica, conforma um projeto de desenvolvimento local que, ao mesmo tempo em que fortalece a visibilidade turística do município, tende a cristalizar uma identidade única e homogênea. Assim, a identidade coletiva é mobilizada não apenas como patrimônio imaterial, mas como recurso estratégico, orientado pela lógica do turismo étnico-gastronômico, o que demonstra que o desenvolvimento local em Nova Veneza-SC se apoia na instrumentalização de um discurso identitário seletivo.

A atividade turística não se difere de outras atividades econômicas⁹, sendo assim, como produtora de mercadoria, o turismo se efetiva no ato de seu consumo. Ou seja, enquanto outras mercadorias vão ao encontro do seu consumidor, o turismo depende da locomoção do consumidor (turista), até o seu local. Sendo assim, podemos perceber que a atividade turística é transformadora territorial, pois ela é produtora e consumidora do espaço geográfico (Silveira, 2013).

Sendo o turismo uma atividade que está atrelada ao território, cabe aqui trazer os conceitos de território, espaço e configuração territorial (Santos, 2021). Território não nasce na geografia, é assimilado por ela, da biologia. Consequentemente, o território tem diferentes conceitualizações nas mais diversas ciências, mas aqui trataremos de sua conceitualização voltada para geografia. O território é resultado da ação do ser humano homem no espaço onde ele domina, sendo assim, o território é sempre uma atividade de poder, de um indivíduo, ou um grupo para configurar o território para exemplificar essa relação de poder:

A configuração territorial é o território mais o conjunto de objetos existentes sobre ele; objetos naturais ou objetos artificiais que a definem. Muitas vezes o que imaginamos natural não o é, enquanto o artificial se torna “natural” quando se incorpora a natureza (Santos, 2021, p. 83).

Assim, o espaço territorial pode ser compreendido como uma área submetida à governança de algo ou de alguém. No entanto, mais do que apreender o conceito formal de território, é fundamental compreender de que maneira os indivíduos se apropriam e ocupam esse espaço, tanto em sua dimensão física quanto simbólica. É

⁹ [...] o turismo [...] em 1945, ele foi reconhecido como atividade econômica importante e mundial, e ficou sob a responsabilidade da UNESCO, até a criação da OMT em 1970, no México, e hoje a sede está em Madrid, Espanha.

nesse processo que se revelam dinâmicas complexas de interação, nas quais diferentes formas de uso, representações e poder se entrecruzam. Como afirma Fernandes (2018, p. 998), “esses processos são distintos e colidem, explicitando encontros e desencontros de modelos de desenvolvimento”.

3 TURISMO E TURISMO ETNICO-GASTRONÔMICO EM NOVA VENEZA

Aqui, nesta seção, é importante iniciar com um breve histórico a respeito das políticas de turismo no Brasil, a fim de compreender como o Estado brasileiro passou a reconhecer e estruturar o turismo como um campo estratégico de desenvolvimento econômico, social e cultural. Esse panorama histórico permite identificar as diferentes fases e enfoques das políticas públicas voltadas ao setor, desde suas primeiras iniciativas, ainda pontuais e desarticuladas, até a consolidação de uma política nacional de turismo integrada e institucionalizada.

Até o ano de 1929, as políticas setoriais no Brasil priorizavam seus investimentos nas atividades agrícolas, pois essas eram o reflexo do tipo de política vigente no país da Primeira República, que estava muito ligada ao setor agrícola. Contudo, para uma compreensão mais ampla, significativa e situada no tempo e espaço sobre o tema abordado, neste capítulo iremos abordar sobre o histórico das Políticas Públicas no Brasil, do seu início até sua consolidação. Para tanto, “para compreender a trajetória das políticas públicas no Brasil, é preciso ter claro que o Estado brasileiro sempre teve uma orientação intervencionista e/ou desenvolvimentista, exercendo um papel ativo na formulação das diretrizes econômicas, desenhadas de forma a viabilizar o capitalismo industrial e financeiro” (Low-Beer, 2002, p. 68).

No Brasil, apesar da primeira política pública, oficialmente, concedida para o setor de turismo datar do ano de 1966, o interesse no setor público tem suas origens, já nas décadas de 30 e 40 do século XX. Porém, foi durante o período do Estado Novo, que o governo brasileiro ensaiou suas primeiras iniciativas no que se refere ao turismo. Nesse dado momento histórico, no qual o Brasil foi administrado, tendo como política de Estado, uma ditadura, sob a regência de Getúlio Vargas, pela primeira vez o país, estabeleceu um mecanismo jurídico regulatório aos meandros relativos ao turismo, aqui podemos citar as agências de viagens e as casas de câmbio, por exemplo. O que foi descrito nas linhas anteriores, podemos conferir no Decreto-Lei. nº. 406/38 (Brasil, 1938), que passou a regulamentar a entrada de estrangeiros em território Nacional, trazia no Artigo 59, parágrafo único, que:

Os estabelecimentos que desejarem operar em câmbio manual ou venda de passagens deverão solicitar autorização no Ministério da Fazenda, quanto à primeira parte e no Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, quanto á

segunda, e só poderão funcionar depois de feita a prova de possuírem capital mínimo de 250:000\$ (duzentos e cinquenta contos de réis) e de fazerem a caução de 100:000\$ (cem contos de réis), no Tesouro Nacional, em moeda corrente ou apólices da dívida pública federal (BRASIL, 1938).

O que fica evidente é que somente as agências autorizadas pelo governo, atrelado ao Ministério do Trabalho, Indústria e Turismo que seguissem as exigências, poderiam intermediar as demandas do turismo no Brasil. Sendo o turismo considerado um elemento de propaganda governamental, controlar o que se vendia para fora do país era de grande preocupação do Estado brasileiro. Sendo assim, é caro salientar que no final do ano de 1939, através do Decreto-Lei n.º 1.075, o presidente Getúlio Vargas, se fazendo valer do artigo 180 da Constituição vigente à época, criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que dentre tantas instâncias e atribuições, criou de acordo com seu Artigo 3º a divisão do Setor de Turismo, ou seja, o turismo brasileiro, então, ficou sob a jurisdição deste departamento (Brasil, 1939).

O departamento de imprensa e propaganda foi criado por decreto presidencial, em dezembro de 1939, com o objetivo de difundir a ideologia do estado novo junto às camadas populares. Mas sua origem remonta a um período anterior. Em 1931, foi criado o departamento oficial de publicidade, e em 1934 o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC). Já no estado novo, no início de 1938, o DPDC transformou-se no departamento nacional de propaganda (DNP), que finalmente deu lugar ao DIP. Ao DIP cabia coordenar, orientar e centralizar a propaganda interna e externa, fazer censura ao teatro, cinema e funções esportivas e recreativas, organizar manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições, concertos, conferências e dirigir o programa de radiodifusão oficial do governo Vargas. Vários estados possuíam órgãos filiados ao DIP, os chamados "DEIPS" (Arquivo Público Mineiro, 2007).

Então, fica evidenciado a importância que a política do Estado Novo dispõe sobre a construção e difusão de uma identidade nacional alinhada pelos ideais proferidos pelo Estado. Portanto, cabe reforçar a importância do controle estatal, com a rapidez na criação de um órgão de controle dessa difusão nacional por intermédio de um Decreto-Lei. Contudo, trata-se aqui, de uma fase embrionária no que iremos chamar mais adiante de Políticas Públicas do Turismo. Para Rita de Cássia Cruz, este período é denominado como “pré-história jurídico-institucional das políticas nacionais do turismo” (Cruz, 2000, p. 44), ou seja, um momento germinal para as regulamentações das atividades turísticas ocorrido nessas primeiras três décadas (1938 até 1966), em que se seguiram ações voltadas para o setor.

Seguindo o fio de sequência das jurisdições a respeito das políticas públicas, seguidas incorporações na legislação brasileira no que tange o setor de turismo nacional foram sendo anexadas. No crepúsculo da década de 1930, e em meados de 1940, o Brasil vai ser contemplado por um marco legal, que pela primeira vez vai discorrer sobre as atribuições relativas aos promotores que faziam parte do setor turístico. Salvo essas prerrogativas, alicerça-se, assim, a importância regulatória das empresas que lidariam com turismo, sendo criado o Decreto-Lei n.º 2.440 de 23 de julho de 1940, que regulava as atividades das empresas e agências de viagens e turismo (Brasil, 1940). De acordo com o Artigo 2º desta legislação:

As agências de viagens e turismo, as agências de turismo e as companhias e agências de navegação e de passagens marítimas, fluviais e aéreas poderão organizar, por conta própria, ou em conexão com as empresas de transporte e de hospedagem, viagens coletivas de excursão, quando autorizadas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, e na forma e nas condições que este determinar (Brasil, 1940).

Portanto, observamos que o caráter das promoções do turismo promovido e controlado pelo Estado, corrobora para que o setor privado promova a atividade turística no país. Observa-se que o Brasil “[...] providenciou a infraestrutura necessária para a iniciativa privada e forneceu os insumos necessários aos empreendimentos que sustentaram o processo de desenvolvimento” (Low-Beer, 2022, p. 68). A partir dessas relações condicionadas pelo governo que o setor privado de turismo começa a se efetivar como um setor da economia e com isso, entrando numa lógica de Turismo de Massas (Araújo; Carvalho, 2013; Beni, 2007; Urry, 1996). Podemos dizer que o desenvolvimento da humanidade foi promovido por suas “andanças”, seu deslocar-se pelos territórios. Esse deslocar-se não é uma exclusividade humana, mas em nossa espécie é catalisador de alianças, conflitos, expropriação e incontáveis outras ações. Com relação ao trabalho aqui contemplado, o deslocar-se humano é um tema central da discussão, pois o turismo constrói e é construído por esse “movimentar-se”.

Existem muitas definições para turismo, no entanto, para melhor e mais objetiva compreensão, esta pesquisa se ateve na definição elaborada pela Organização Mundial de Turismo (OMT), que é usualmente utilizada nas pesquisas sobre o tema. Segundo ela:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38).

Dessa forma, a definição da Organização Mundial do Turismo evidencia a amplitude do fenômeno turístico, ao englobar não apenas o deslocamento físico, mas também os múltiplos propósitos que o motivam. O turismo, portanto, deve ser compreendido como prática social complexa, que envolve interações culturais, econômicas e territoriais, configurando-se como um importante vetor de transformação dos espaços e das sociedades. Ao mesmo tempo em que promove fluxos de pessoas e de capitais, também produz significados, ressignifica identidades e reorganiza territórios, revelando seu caráter multidimensional.

É, portanto, a partir da década de 1940, que o Brasil entra numa lógica mercadológica de turismo, apresentando uma postura mais alinhada ao mercado ante a um turismo social, mais aproximado daquilo que viria ser o turismo de massas. Como definição, Turismo de Massas é:

Segundo essa interpretação, padroniza os destinos a fim de cativar mais pessoas, receber mais visitantes e obter mais lucro, fazendo da atividade uma mercadoria dependente das leis de mercado (Urry, 1996 *apud* Araújo; Carvalho, 2013, p.02).

Ao analisar a dinâmica contemporânea do turismo, torna-se evidente que esse setor não se restringe apenas à movimentação de pessoas entre diferentes lugares, mas reflete também as condições socioeconômicas que possibilitam ou limitam tais deslocamentos. A participação de determinados grupos sociais nos fluxos turísticos está diretamente ligada à sua inserção econômica e ao acesso a recursos financeiros que viabilizam viagens e experiências de lazer:

Sob todos os aspectos é o mais importante devido à expressiva quantidade de turistas envolvida tanto nos fluxos internacionais como no interno, porquanto reúne os estratos que formam a classe média, incluindo-se aí os profissionais liberais, funcionários categorizados, empresariais e públicos, que desfrutam de relativa possibilidade de meios econômico-financeiros, contando com subvenções e poupanças próprias (Beni, 2007, p. 440).

Portanto, o que fica evidente é que esse Turismo de Massas é excludente, pois seu público-alvo está nas classes sociais com mais recursos financeiros. É evidente que o turismo, tanto promovido pelo Estado, quanto pela iniciativa privada,

“têm como objetivo real o lucro” (Beni, 2007, p. 430). No entanto, cabe ao Estado recorrer às ações que contemplem uma maior parte da sociedade e que essas também sejam contempladas nas atividades turísticas. E essa inserção se dá por meio das Políticas Públicas.

Durante os anos que se seguiram, entre 1946 e 1957, nenhuma Política Pública de turismo foi instituída no Brasil, o turismo foi fomentado regionalmente, a economia nacional se abriu às importações estadunidenses. Foi também nesse momento, mais precisamente no ano de 1946, no qual o presidente Eurico General Dutra proibiu os jogos de azar no Brasil por intermédio do Decreto-Lei nº 9.215 (Brasil, 1946), que tinha nos cassinos um grande público, principalmente na cidade do Rio de Janeiro. De acordo com Colantuano:

Após a proibição dos jogos, empresários iniciaram movimentos a fim de promoverem a reabertura de seus cassinos, pois estavam apresentando prejuízos com ressarcimentos por quebra de contratos, demissões e indenizações de funcionários e redução do movimento (2015, p. 37).

Foi o momento que o turismo teve sua divisão extinta e tendo o controle de suas atividades transitando por vários órgãos: Departamento Nacional de Imigração e Colonização (DNPIC), que depois passou a ser Instituto Nacional de Imigração e Colonização (INPIC), atrelado ao Ministério do Trabalho (Colantuano, 2015). Mediante o cenário do turismo à época, foi fundada no ano de 1953, a Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV), que teve sua primeira sede na capital da república e depois em outros estados do país:

Em 28 de dezembro de 1953, representantes de quinze agências de viagens reuniram-se, no Rio de Janeiro, para formalizar a fundação da Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV. A ABAV do Rio de Janeiro foi a primeira a ser criada no Brasil, com sua sede instalada numa modesta sala alugada na Avenida Rio Branco (ABAV-RJ, 2023).

As Associações Brasileiras de Agências de Viagens (ABAVs) existem até os dias atuais, atuando em diversas localidades do território nacional e desempenhando papel fundamental na organização e profissionalização do setor turístico. Essas associações foram e continuam sendo importantes instâncias de representação e articulação das agências de viagens, promovendo capacitação, defesa de interesses e padronização de serviços. Sua atuação contribuiu significativamente para a consolidação do turismo como atividade econômica e social no Brasil.

Já sob o governo de Juscelino Kubitschek, no ano de 1958, foi criada, por meio do Decreto n.º 44.863, a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR). A criação da COMBRATUR marcou um momento importante da institucionalização das políticas públicas voltadas ao turismo no país. A principal preocupação dessa comissão estava relacionada à melhoria da infraestrutura e à modernização do setor hoteleiro, com vistas a atender às demandas de um país em acelerado processo de desenvolvimento e urbanização (Brasil, 1958). Tal iniciativa dialogava diretamente com o projeto desenvolvimentista de JK, que tinha como lema “Cinquenta anos em cinco”, refletindo o otimismo e a aposta na modernização como eixo central de governo. Nesse contexto, o turismo começou a ser compreendido como uma atividade estratégica para o crescimento econômico, a integração territorial e a projeção internacional do Brasil:

Art. 2º. A Comissão Brasileira de Turismo constituirá órgão de consulta e, no que lhe fôr devidamente cometido, de execução em matéria de turismo, cabendo-lhe, em especial;

- a) coordenação das atividades destinadas ao desenvolvimento do turismo interno e o afluxo do estrangeiro;
- b) o estudo e a supervisão das medidas relacionadas com a movimentação de turistas;
- c) a simplificação e padronização das exigências e dos métodos de informação, registro e inspeção relativos aos viajantes e a seus bens, recursos pessoais, meio de transporte e hospedagem (Brasil, 1958).

A criação da COMBRATUR também expressava o reconhecimento do turismo como vetor de modernidade, capaz de atrair investimentos, fomentar o comércio e ampliar o intercâmbio cultural. Assim, esse período pode ser considerado um marco inicial na consolidação de uma política nacional de turismo, que viria a se fortalecer nas décadas seguintes, com a criação de órgãos mais estruturados e com uma visão mais abrangente do potencial turístico do país.

Em 1961, através da Lei nº. 4.048 (Brasil, 1961), que dispunha sobre a Organização do Ministério da Indústria e do Comércio e dava outras providências, foi criada a Divisão de Turismo e Certames (DTC), que compunha o Departamento Nacional do Comércio (DNC), nos quais eram subordinados ao Ministério da Indústria e Comércio e no ano seguinte, foi extinta a (COMBRATUR). O que podemos perceber entre as primeiras décadas sobre as políticas a respeito do turismo no Brasil é: período Vargas (1930-1945), foi um momento de organização, tendo a regulamentação das agências de turismo. Em um segundo momento, podemos aqui nos referir,

principalmente, os anos que o país foi presidido por Juscelino Kubitschek (1956-1960), a preocupação estava concentrada na modernização do parque hoteleiro nacional.

Na década de 1960, dois órgãos foram importantes catalisadores para dar sequência a respeito do turismo no Brasil, isso ocorreu por intermédio do Decreto-Lei. nº 55/66 de 18 de novembro de 1966, onde definiu a Política Nacional do Turismo, criou o Conselho Nacional do Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur). De acordo com o referido decreto-lei, em seu artigo 4º, definia que a CNTur seria responsável por promover a articulação das Políticas Nacionais do Turismo (PNT): “É criado o Conselho Nacional de Turismo, tendo como atribuições formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo” (Brasil, 1966). Já a EMBRATUR, seria, portanto, o órgão executivo dos modelos estratégicos elaboradas pelo CNTur, como pode-se notar no artigo 11º, do já sinalizado Decreto-Lei:

É criada a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) vinculada ao Ministério da Indústria e do Comércio, com a natureza de Empresa Pública e a finalidade de incrementar o desenvolvimento da indústria de Turismo e executar no âmbito nacional as diretrizes que lhes forem traçadas pelo Governo (Brasil, 1966).

É nesse contexto que o país promulga sua primeira Política Pública de Turismo consistente, já se passando mais de trinta anos desde que o Estado começou a olhar com mais afinco para o setor turístico brasileiro. Pois, segundo as autoras Cíntia Möller Araújo e Gisela Taschner, é o Governo Federal quem tem as ferramentas políticas disponíveis para debater estratégias, no que se refere ao setor em questão (Araújo; Taschner, 2012).

O Programa de Regionalização do Turismo (PRT), lançado pelo Governo Federal em abril de 2004, e o turismo étnico, foram elementos catalisadores para a análise e o desenvolvimento da lente analítica desta pesquisa (Brasil, 2013), portanto, tratam-se dos fios que ajudam a tecer a legitimação de uma identidade italiana no município de Nova Veneza-SC. É importante registrar que este estudo analisou entre outras questões já mencionadas nas linhas que precederam este parágrafo, a culinária e a gastronomia local, atravessada pelo discurso de uma italianidade e uma culinária e gastronomia “tipicamente” italiana.

3.1 NOVA VENEZA-SC: IDENTIDADE E TURISMO GASTRONÔMICO

É de conhecimento de todos que o Brasil é um país de proporções continentais e essa característica extrapola a dimensão geográfica de seu vasto território. A magnitude da extensão territorial brasileira está intrinsecamente associada à diversidade de sua população, paisagens, modos de vida e manifestações culturais que de certa forma coexistem em seu espaço. Ao longo de sua história, o Brasil tornou-se um verdadeiro mosaico étnico-cultural, resultado de intensos processos de colonização, migração, miscigenação e interculturalidade, que contribuíram para formar uma nação plural e complexa em termos identitários (ORTIZ, 2011; CANCLINI, 2015). Nesse sentido, não se trata apenas de um país extenso em termos físicos, mas também culturalmente continental.

A diversidade brasileira se expressa de maneira plural no campo da alimentação, em que os diferentes sabores e saberes culinários e gastronômicos compõem um repertório vasto e profundamente enraizado nas especificidades regionais. Em cada uma das regiões brasileiras, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, observa-se a presença de práticas alimentares distintas, que revelam a riqueza das interações entre culturas indígenas, africanas, europeias e asiáticas. Os ingredientes nativos, como a mandioca, o açaí, o milho, o pequi e o peixe amazônico, convivem com técnicas, receitas e utensílios herdados dos colonizadores portugueses e de ondas migratórias posteriores, resultando em uma culinária multifacetada, carregada de simbologias, significados sociais e memórias afetivas (CASCUDO, 2004; FISCHLER, 1995; POULAIN, 2017).

A alimentação, nesse contexto, configura-se como prática social e cultural fundamental, por meio da qual se expressam identidades coletivas, pertencimentos territoriais e processos de patrimonialização. Tal como destaca Arjun Appadurai (2008), a comida é um poderoso vetor de imaginação social e de construção de identidades, uma vez que ela conecta o cotidiano aos grandes processos históricos. No Brasil, o campo alimentar tem sido cada vez mais reconhecido como espaço legítimo de expressão cultural, sendo valorizado por políticas de patrimônio imaterial e turismo cultural (BARBOSA, 2007; SILVA; FERRARO, 2014).

Assim, pode-se afirmar que o Brasil é igualmente continental quando se trata de sua diversidade cultural expressa pela alimentação. A culinária e a gastronomia brasileiras não apenas alimentam o corpo, mas também nutrem memórias, reforçam

vínculos comunitários e comunicam sentidos de pertencimento. Trata-se de um campo onde se articulam tradições, inovações, resistências e adaptações, configurando um patrimônio simbólico em constante (re)construção. A pluralidade de seus sabores reflete, portanto, as múltiplas narrativas históricas e socioculturais que conformam o país e oferece um campo fértil para estudos que entrelaçam cultura, memória, território e identidade.

Em 2023, a lista de Regiões Turísticas no Brasil e a quantidade de municípios a serem contemplados no Mapa do Turismo Brasileiro foram atualizadas pelo Ministério do Turismo, por meio da retomada e ampliação das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). De acordo com a nova configuração, o Mapa passa a contar com 2.647 municípios integrados, organizados em 342 regiões turísticas distintas (BRASIL, 2023). Essa reestruturação visa fortalecer o planejamento e a execução de políticas públicas voltadas ao setor turístico, considerando as especificidades territoriais, culturais, econômicas e sociais de cada microrregião. Nesse novo arranjo, o município de Nova Veneza, localizado no Estado de Santa Catarina, na Macrorregião Sul, foi inserido oficialmente, compondo a Região Turística denominada “Encantos do Sul”, sob a coordenação do Fórum Turístico de Regionalização do Turismo. Tal inserção reafirma a importância crescente do município no cenário turístico nacional, especialmente em virtude de seu patrimônio cultural e da ativação de narrativas identitárias vinculadas à herança italiana.

No que tange ao turismo em âmbito nacional, o Estado de Santa Catarina destaca-se como uma das unidades federativas que mais têm investido na valorização do turismo cultural e gastronômico. A pluralidade étnica que compõe o tecido social catarinense, marcada por influências alemãs, italianas, açorianas, polonesas, entre outras, reflete-se diretamente na diversidade de expressões culinárias e nas práticas gastronômicas que atravessam os diferentes territórios do estado. Em diversas cidades, de norte a sul, a gastronomia típica constitui-se como elemento simbólico central na promoção turística, aparecendo como fio condutor de eventos, festas populares e roteiros temáticos que articulam tradição, cultura e economia local. A título de exemplo, pode-se citar o Festival Gastronômico de Joinville, na região norte, e a Festa da Tainha, realizada no município de Balneário Rincão, no litoral sul, ambas revelando a importância da alimentação como vetor de identidade e como produto turístico estratégico (CORDEIRO, 2014; SANTOS; PERAZZOLO, 2021).

A noção de “gastronomia típica” não deve ser entendida como representação fiel e imutável de uma herança ancestral, mas sim como uma construção simbólica e seletiva que envolve dinâmicas de poder, patrimonialização e performatividade cultural (HOBSBAWM; RANGER, 2002; SANT’ANNA, 2014). No caso específico desta investigação, a atenção recai sobre a gastronomia “típica” italiana, praticada e celebrada no município de Nova Veneza, na qual se observa um discurso fortemente estruturado em torno dessa ideia de italianidade como marcador de autenticidade, diferenciação e, portanto, patrimonialização:

Converter o que é próprio em patrimônio significa perpetuar a transmissão de uma particularidade ou de uma especificidade considerada própria e portanto identificada, isto é, permite que um coletivo determinado possa continuar vivo – de um lado, idêntico a si próprio e, de outro, distinto dos demais (Hernández, 2005, p. 130)

Esse constructo é mobilizado por meio de práticas alimentares, modos de preparo, receitas, narrativas históricas e festividades que reforçam o pertencimento étnico-cultural ao imaginário italiano. As festas locais, como a Festa da Gastronomia Italiana, entre outras celebrações de calendário fixo, exemplificam como o “típico” é performado e celebrado publicamente, convertendo-se em produto cultural e turístico. Assim, o presente estudo busca investigar como a construção da gastronomia italiana típica em Nova Veneza-SC opera como discurso e prática de identidade, funcionando simultaneamente como estratégia de valorização territorial, de fortalecimento do turismo étnico e de articulação simbólica da memória coletiva (BENI, 2011; HALL, 2009; BARBOSA, 2007).

Portanto, o presente trabalho propõe uma análise crítica acerca da construção simbólica de uma gastronomia e culinária “tipicamente” italiana no município de Nova Veneza, em Santa Catarina, e da maneira como esse discurso é mobilizado como instrumento de promoção identitária. A alimentação, enquanto prática cultural e social, ultrapassa o campo do consumo material e passa a operar como linguagem, carregada de significados, memórias, tradições e valores compartilhados. Nesse contexto, o que se denomina como “culinária típica italiana” assume uma função estratégica, sendo utilizada como mecanismo de legitimação de pertencimentos étnico-culturais e de diferenciação no mercado turístico e gastronômico. Trata-se de um constructo que se ancora na ideia de autenticidade e ancestralidade, ainda que tal autenticidade seja, muitas vezes, resultado de processos seletivos, de reinvenção de

tradições e de patrimonialização simbólica (HOBSBAWM; RANGER, 2002; POULAIN, 2017).

Podemos, desse modo, discorrer a respeito da promoção da italianidade que é construída ao longo do tempo na cidade de Nova Veneza-SC está, diretamente, vinculada à uma performance promotora de um passado comum, rememorado e atualizado por meio da culinária, que passa a representar uma herança cultural transmitida entre gerações.

Essa prática, entretanto, não é neutra. Ao contrário, carrega consigo disputas simbólicas, interesses econômicos e tensionamentos identitários que atuam na construção de uma hegemonia cultural local. A hegemonia se manifesta quando determinados aspectos culturais, como pratos, ingredientes, modos de preparo e rituais alimentares, passam a ser considerados os mais representativos, ofuscando outras influências, práticas ou narrativas igualmente presentes na história da cidade. Assim, a gastronomia “tipicamente italiana” emerge como discurso dominante, reforçado por diferentes atores sociais e instituições (GRANDE, 2016; CANCLINI, 2015).

Essa dinâmica de enunciação como se apresenta no discurso do “típico” na gastronomia e culinária pode ser observada em múltiplos espaços do município de Nova Veneza-SC, como nas festas tradicionais que têm no seu cerne o discurso identitário em defesa e manutenção da herança italiana dos ancestrais que vieram dessa região do continente europeu. Restaurantes temáticos, comércios locais, escolas, centros culturais e veículos midiáticos também endossam e são dispositivos de continuação do discurso de “típico” na cidade. As celebrações comunitárias, a exemplo da Festa da Gastronomia Italiana, são eventos em que o discurso identitário se materializa, com trajes, músicas, danças e cardápios cuidadosamente preparados para reforçar o elo entre o presente e um passado imigrante. Da mesma forma, restaurantes e empreendimentos turísticos reproduzem, em suas ambientações e cardápios, elementos associados ao imaginário da Itália rural, com o objetivo de transmitir autenticidade e atrair visitantes.

Figura 3 - Festa



FONTE: Acervo pessoal, 2026.

A imprensa, por meio de reportagens televisivas, conteúdos radiofônicos, matérias impressas e mídias digitais, cumpre papel central na divulgação e manutenção dessa narrativa de “típico” na culinária e gastronomia do município de Nova Veneza-SC. Reportagens jornalísticas frequentemente destacam a culinária como símbolo de resistência cultural, tradição familiar e identidade regional. Esses discursos são reproduzidos e ressignificados em plataformas digitais, nas redes sociais, em blogs e vlogs de viagem, potencializando o alcance do discurso de italianidade:

O turismo cultural é uma das principais vocações de Nova Veneza, cidade conhecida como a ‘Itália brasileira’. O pequeno município, localizado na região Sul de Santa Catarina, encanta os turistas pelo charme europeu e pelas atrações que o tornaram um dos principais destinos do estado para quem procura eventos culturais e boa culinária (Hockmüller, 2025).

Dessa forma, a tessitura no discurso de gastronomia e tradição culmina naquilo que, prontamente, determina-se como “típico”, herança do fazer italiano do outro lado do Atlântico. No entanto, Nova Veneza-SC deve ser compreendida como um fenômeno sociocultural complexo, que articula memória, identidade, poder e mercado. Sendo assim, este trabalho buscou, justamente, lançar luz sobre as tramas

que compõem a tessitura social que sustentam essa hegemonia cultural, problematizando os critérios de autenticidade, os silenciamentos e as estratégias de legitimação envolvidas na consolidação dessa identidade alimentar atribuída ao município catarinense. Temos, assim, uma miríade, tanto do poder comer, como o do poder fazer gastronômico.

Vale apontar aqui que o turismo nacional é diariamente impulsionado, não somente pela gastronomia, mas também, pelas inúmeras belezas naturais e diversidades regionais de cada canto do país. Posto isso, em 2021, o Ministério do Turismo, através da Portaria MTUR nº 41, consolidou e atualizou as normas sobre o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), a Categorização dos Municípios no Mapa do Turismo Brasileiro e o Mapa do Turismo Brasileiro (Brasil, 2021). De acordo com o Ministério do Turismo:

O Programa de Regionalização do Turismo tem por objetivo promover a convergência e a articulação das ações do Ministério do Turismo e do conjunto das políticas públicas setoriais e locais, tendo como foco a gestão, a estruturação e a promoção do turismo no Brasil, de forma regionalizada e descentralizada, alinhadas aos princípios da Política Nacional de Turismo, estabelecidos pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Brasil, 2021).

Em 2023, a lista de Regiões Turísticas no Brasil e a quantidade de municípios a serem contemplados no Mapa do Turismo Brasileiro foram atualizadas pelo Ministério do Turismo, por meio da retomada e ampliação das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). De acordo com a nova configuração, o Mapa passa a contar com 2.647 municípios integrados, organizados em 342 regiões turísticas distintas (BRASIL, 2023). Essa reestruturação visa fortalecer o planejamento e a execução de políticas públicas voltadas ao setor turístico, considerando as especificidades territoriais, culturais, econômicas e sociais de cada microrregião. Nesse novo arranjo, o município de Nova Veneza, localizado no Estado de Santa Catarina, na Macrorregião Sul, foi inserido oficialmente, compondo a Região Turística denominada “Encantos do Sul”, sob a coordenação do Fórum Turístico de Regionalização do Turismo. Tal inserção reafirma a importância crescente do município no cenário turístico nacional, especialmente em virtude de seu patrimônio cultural e da ativação de narrativas identitárias vinculadas à herança italiana.

No que tange ao turismo em âmbito nacional, o Estado de Santa Catarina destaca-se como uma das unidades federativas que mais têm investido na valorização do turismo cultural e gastronômico. A pluralidade étnica que compõe o tecido social catarinense, marcada por influências alemãs, italianas, açorianas, polonesas, entre outras, reflete-se diretamente na diversidade de expressões culinárias e nas práticas gastronômicas que atravessam os diferentes territórios do estado. Em diversas cidades, de norte a sul, a gastronomia típica constitui-se como elemento simbólico central na promoção turística, aparecendo como fio condutor de eventos, festas populares e roteiros temáticos que articulam tradição, cultura e economia local. A título de exemplo, pode-se citar o Festival Gastronômico de Joinville, na região norte, e a Festa da Tainha, realizada no município de Balneário Rincão-SC, no litoral sul, ambas revelando a importância da alimentação como vetor de identidade e como produto turístico estratégico (CORDEIRO, 2014; SANTOS; PERAZZOLO, 2021).

Nesse cenário, torna-se pertinente analisar criticamente um aspecto central para a proposta desta pesquisa: o discurso do “típico”, amplamente presente em práticas gastronômicas e culturais utilizadas para promover a identidade territorial e o turismo étnico. Essa construção é mobilizada por meio de práticas alimentares, modos de preparo, receitas, narrativas históricas e festividades que reforçam o pertencimento étnico-cultural ao imaginário italiano. As festas locais, como a Festa da Gastronomia Italiana, entre outras celebrações de calendário fixo, exemplificam como o “típico” é performado e celebrado publicamente, convertendo-se em produto cultural e turístico. A alimentação, enquanto prática cultural e social, ultrapassa o campo do consumo material e passa a operar como linguagem, carregada de significados, memórias, tradições e valores compartilhados. Nesse contexto, o que se denomina como “culinária típica italiana” assume uma função estratégica, sendo utilizada como elemento de legitimação, de pertencimentos étnico-culturais e de diferenciação no mercado turístico e gastronômico. Trata-se de um constructo que se ancora na ideia de autenticidade e ancestralidade, ainda que tal autenticidade seja, muitas vezes, resultado de processos seletivos, de reinvenção de tradições e de patrimonialização simbólica (HOBSBAWM; RANGER, 2002; POULAIN, 2017).

A italianidade promovida em Nova Veneza-SC está diretamente vinculada à performance de um passado comum, rememorado e atualizado por meio da culinária, que passa a representar uma herança cultural transmitida entre gerações. Essa

prática, entretanto, não é neutra, ao contrário, carrega consigo disputas simbólicas, interesses econômicos e tensionamentos identitários que atuam na construção de uma hegemonia cultural local. Essa hegemonia se manifesta quando determinados aspectos culturais, como pratos, ingredientes, modos de preparo e rituais alimentares, passam a ser considerados os mais representativos, ofuscando outras influências, práticas ou narrativas igualmente presentes na história da cidade. Assim, a gastronomia “tipicamente italiana” emerge como discurso dominante, reforçado por diferentes atores sociais e instituições (GRANDE, 2016; CANCLINI, 2015).

Dessa forma, a italianidade assume contornos de patrimônio simbólico e, ao mesmo tempo, de recurso político e econômico, dialogando diretamente com as lógicas do turismo atual. Ao ser legitimada como identidade culinária predominante, a gastronomia de Nova Veneza-SC passa a ocupar um lugar central nas estratégias de promoção do turismo, desenvolvendo atrativos aos visitantes interessados em vivências culturais consideradas autênticas. Nesse entrecruzamento entre memória, identidade e mercado, observa-se que a tradição culinária não apenas reforça vínculos comunitários, mas também se projeta como elemento propulsor do desenvolvimento local, em consonância com o movimento global que consolida o turismo como setor de destaque na economia.

É inegável que o turismo hoje é responsável por um grande percentual da arrecadação de muitas cidades ao redor do planeta, consequentemente, os investimentos do setor privado e as ações do Estado em prol do desenvolvimento turístico, também vem crescendo exponencialmente, impulsionando o crescimento dessas localidades que se beneficiam da atividade.

Quando tratamos, exclusivamente, das movimentações econômicas do setor de turismo em uma análise de escala global, nos últimos anos, os gráficos mostram que a atividade vem numa crescente. Segundo a mais recente pesquisa anual do World Travel & Tourism Council (WTTC):

Em 2022, o setor de Viagens e Turismo contribuiu com 7,6% para o PIB global, um aumento de 22% em relação a 2021 e apenas 23% abaixo dos níveis de 2019. Em 2022, foram 2,2 milhões de novos empregos, representando um aumento de 7,9% em relação a 2021, e apenas 11,4% abaixo de 2019. Para visitante doméstico os gastos aumentaram 20,4% em 2022, apenas 14,1% abaixo de 2019. Os gastos dos visitantes internacionais aumentaram 81,9% em 2022, mas ainda 40,4% abaixo dos números de 2019 (WTTC, 2022).

No Brasil, a atividade do turismo também vem crescendo a passos largos, principalmente nos últimos anos. O setor já é responsável por uma parte considerável do PIB do país. “3,4% do Produto Interno Bruto (PIB). A estimativa é de que, em 2027, o turismo alcance R\$ 739 bilhões, ou seja, 9,1% do PIB brasileiro, e gere 8,91 milhões de empregos no país” (Serpa *et al.*, 2019, p. 15). Deste modo, analisando o setor, tanto no globo, quanto nacionalmente, as perspectivas de cada vez mais crescimento da atividade é a expectativa comungada por todos os envolvidos no setor de turismo.

Observa-se um modelo de turismo que vem conseguindo, cada vez mais, protagonismo no setor de turismo cultural. Esse, vem contribuindo fortemente e tendo papel central no desenvolvimento socioeconômico de muitas regiões que empreendem, sobretudo, nesse aspecto de ramo turístico (Brasil, 2023). De acordo com a Lei nº. 11.771 (Brasil, 2008), que determina as atribuições do Governo Federal e dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, em seu parágrafo único, afirma que “As viagens e estadas [...] devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade”. O Plano Nacional de Turismo, aprovado através do Decreto nº 9.791 (Brasil, 2019), elaborado pelo Ministério do Turismo em parceria com o Conselho Nacional de Turismo, objetivava quatro metas específicas a serem cumpridas, sendo elas:

- I - aumentar a entrada anual de visitantes internacionais no País, de seis milhões e quinhentas mil pessoas para doze milhões de pessoas;
- II - aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais no País, de US\$ 6.500.000.000,00 (seis bilhões e quinhentos milhões de dólares) para US\$ 19.000.000.000,00 (dezenove bilhões de dólares);
- III - aumentar o número de viagens de turistas brasileiros pelo País, de sessenta milhões de pessoas para cem milhões de pessoas; e
- IV - aumentar o número de vagas para empregos no setor de turismo, de sete milhões para nove milhões (Brasil, 2019).

O que, evidentemente, não se podia prever, é que o mundo todo, no ano seguinte, entraria no que foi considerada uma das maiores crises sanitárias da história, a pandemia ocasionada pela COVID-19. O Governo Federal, seus Estados e o Distrito Federal, precisaram elaborar planos e estratégias emergenciais para a preservação do turismo, buscando ainda, segurança à população brasileira em meio ao risco do agravamento de contágio. De acordo com o Ministério do Turismo (Brasil, 2020), a Secretaria de Estado de Turismo de Santa Catarina, elencou 11 ações

imediatas na tentativa de auxiliar no controle da pandemia e, ao mesmo tempo, garantir que o setor turístico não obtivesse prejuízos ainda maiores.

Desta forma, acredita-se que os municípios brasileiros que possuem sua economia direcionada ao turismo, sobretudo, as de festas gastronômicas, ainda que tenham contado com o suporte das três instâncias de governo, possam ter apresentado dificuldades em manter seus Programas e Políticas Públicas voltadas ao tema em amplo funcionamento, acarretando assim, prejuízos socioeconômicos a sua população, ainda não passíveis de serem mensurados pelo curto espaço de tempo da pandemia.

Etimologicamente, pensando a palavra típico, embora comumente associada à ideia de algo genuíno ou original, não possui um significado neutro ou fixo. Conforme definido pelo dicionário online da Língua Portuguesa, Michaelis (2023) apresenta “típico” como “1. Que serve de tipo; que serve de modelo; característico [...] 3. Que contém ou envolve alegoria ou símbolo”. Porém, a definição de típico trazida pelo dicionário, não alcança de maneira satisfatória para balizar esta pesquisa, portanto, é importante citar Žižek:

Qualquer conceito ideológico de aparência ou alcance universal pode ser hegemonizado por um conteúdo específico que acaba ocupando essa universalidade e sustentando sua eficácia” (2008, p. 14, tradução nossa).

Consoante ao pensamento de Žižek, Almeida e Silva: “trata-se do ato ou efeito de transformar uma questão específica e particular em algo típico ou generalizado (2022, p. 144)”. Quando aplicado a práticas culturais ou produtos de determinado grupo, o conceito de “típico” muitas vezes reflete construções sociais e simbólicas, e não uma autenticidade histórica absoluta. Ou seja, o que é considerado “típico” pode ser selecionado, idealizado ou enfatizado de acordo com interesses econômicos, turísticos ou identitários, criando a impressão de singularidade e exclusividade que nem sempre corresponde à diversidade real das influências culturais presentes. Vamos fazer aqui alguns apontamentos sobre as demandas do turismo gastronômico e parte dos atores que o promovem, os turistas que buscam esse tipo de opção de lazer, cultura e entretenimento. Para Hall e Sharples (2003), a própria ideia de turismo gastronômico é definido pela motivação do turista:

Ao definir o turismo gastronômico, é necessário diferenciar entre os turistas que consomem alimentos como parte da experiência de viagem e aqueles turistas cujas atividades, comportamentos e até mesmo a seleção do destino são influenciados pelo interesse pela comida (2003, p.6, tradução nossa). [¹⁰]

De acordo com MacCannell (1976), a autenticidade é uma categoria central na experiência turística, estando diretamente ligada à busca do visitante por um contato “verdadeiro” com a cultura local. O autor destaca que o turismo se estrutura por meio de encenações e performances que procuram ocultar as mediações, oferecendo ao turista uma “fachada” daquilo que se pretende transmitir como típico ou tradicional. Nas palavras do autor:

O turista moderno busca constantemente a experiência da autenticidade, que lhe é apresentada como algo escondido, situado nos bastidores, mas que, na realidade, é cuidadosamente preparado para ele (MACCANNELL, 1976, p. 91).

Essa dinâmica pode ser observada no turismo étnico, no qual não apenas a culinária, mas também a ambientação dos espaços, os rituais performáticos e até mesmo o discurso da comunidade receptora são mobilizados para atribuir legitimidade à experiência turística. A gastronomia, em suma, cumpre esse papel central, mas não exclusivo, nesse processo, o ato de comer, logo, não se resume à mera nutrição, mas adquire um caráter simbólico, capaz de evocar memórias e reforçar identidades. Assim, o turista não consome apenas o alimento em si, mas também a narrativa cultural que o acompanha.

¹⁰ No original: In defining food tourism there is a need to differentiate between tourists who consumer food as a part of the travel experience and those tourists whose activities, behaviours and even destination selection is influenced by an interest in food.

Figura 4 - Carnevale Di Venezia



Fonte: <https://www.novaveneza.sc.gov.br/noticia-681653/>, 2025.

No entanto, Hobsbawm (2024), argumenta que muitas das tradições que se apresentam como antigas são, na verdade, criações recentes, elaboradas para conferir legitimidade, continuidade e identidade a grupos sociais ou nações. Essas “tradições inventadas” servem como instrumentos de coesão e pertencimento, criando uma sensação de continuidade com o passado, mesmo quando esse passado é reconstruído ou reinterpretado conforme interesses do presente:

Por "tradição inventada" entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (HOBBSAWM, 1997, p. 10).

Ao ser aplicado ao turismo étnico, esse conceito auxilia a compreender como determinadas práticas gastronômicas ou festividades são ressignificadas de modo a consolidar um imaginário de autenticidade que atende tanto às expectativas do turista,

quanto aos interesses de promoção identitária da comunidade local. No caso de Nova Veneza, por exemplo, a encenação do “típico italiano” manifesta-se tanto nas festas populares, como a Festa da Gastronomia Típica Italiana, quanto nos restaurantes e espaços temáticos que simulam uma atmosfera vinculada às tradições da região do Vêneto. A decoração dos ambientes, o vestuário dos atendentes e a própria forma de apresentação dos pratos são cuidadosamente planejados para reforçar a ideia de continuidade cultural, herança. Trata-se, no entanto, de uma performance identitária em que o passado é mobilizado de forma seletiva, a fim de construir uma experiência de autenticidade voltada ao visitante.

A decoração dos ambientes, o vestuário dos atendentes e a própria forma de apresentação dos pratos são cuidadosamente planejados para reforçar a ideia de continuidade cultural, de uma herança:

Figura 5 - Tradicional tombo da polenta em Nova Veneza



Fonte: Prefeitura de Nova Veneza, 2025.

O tombo da polenta¹¹ é um desses elementos que se apresentam como tradicionais, que sugerem a ideia de continuidade, no entanto, trata-se de uma performance identitária, onde o passado é mobilizado de forma seletiva, a fim de

¹¹ É uma polenta gigante preparada em um caldeirão, os organizadores, vestidos a caráter, viram uma enorme massa de polenta de mais de 100kg em uma plataforma. O tombo é realizado de maneira coreografada, enquanto a multidão vibra ao redor.

construir uma experiência de autenticidade voltada ao visitante. Essa seletividade também se faz presente nos pratos que compõem o discurso da culinária e gastronomia “típica” italiana do município de Nova Veneza-SC, tanto nas festas quanto no comércio direcionado a esse tipo de negócio. Tomemos de por exemplo a pizza, um prato que, comumente, atribui-se um símbolo de culinária típica italiana, porém, não se faz presente no discurso de italianidade neoveneziano. Cabe deixar claro que a pizza sendo considerado um prato típico da gastronomia italiana, esse preparo vai ganhar notoriedade no continente americano (GRANDI, 2024).

Temos que ter em mente que a alimentação não está ligada apenas a um fator biológico, inerente ao funcionamento do corpo. O ato de comer não fortalece apenas a compleição física, mas nutre outros elementos da vida dos seres humanos. “Nas mais diferentes sociedades, os alimentos são, não apenas comidos, mas também pensados” (Woortmann, 2013, p.06). Para darmos vazão a essa análise, podemos explorar alguns pratos que compõem a dinâmica da culinária e gastronomia de Nova Veneza-SC, ou seja, os pratos preparados que vêm “envoltos” no discurso de tipicidade italiana. Podemos elencar aqui, por exemplo, a polenta e a minestra.

Figura 6 - Polenta



Foto: Guilherme Hahn/Toda Sexta / Fonte: <https://www.4oito.com.br/noticia/nova-veneza-a-capital-nacional-da-gastronomia-tipica-italiana-46758>

Esses alimentos são preparos simples, com poucos ingredientes. Percebe-se nas representações fotográficas que se tratam de “notórios” passadios. Portanto, identifica-se a necessidade que esses sabores sejam pratos que se relacionem com o cotidiano, o que demonstra a ideia de um passado árduo, laborioso, no qual, necessitava-se de preparos simples, com poucos ingredientes, pois tais fatores corroboram para o discurso de povo trabalhador, fundador de uma comunidade onde outrora não existia “nada”. Sendo assim, não existe a pretensão de custosas “iguarias” na culinária e gastronomia de Nova Veneza, pois todo o discurso gastronômico é balizado em direção do “frugal”, do “simples”, assim como a vida do imigrante que se instalou na região.

A noção de hibridismo cultural, conforme desenvolvida por Bhabha (1998), também se mostra relevante para esta análise, uma vez que evidencia o caráter negociado e relacional da identidade cultural na contemporaneidade. Para o autor, as culturas não se apresentam de forma pura, mas são, constantemente, atravessadas por processos de hibridização que geram novas formas de expressão. Nas palavras de Bhabha, “a hibridez é o Terceiro Espaço que desloca a história, rompe com a linearidade das tradições e possibilita o surgimento de novas posições de enunciação cultural” (BHABHA, 1998, p. 56). Assim, ao mesmo tempo em que o turismo étnico busca reforçar uma imagem de tradição, ele inevitavelmente produz formas híbridas que articulam passado e presente, local e global, memória e mercado:

Trata-se do problema de como, ao significar o presente, algo vem a ser repetido, relocado e traduzido em nome da tradição, sob a aparência de um passado que não é necessariamente um signo fiel da memória histórica, mas uma estratégia de representação da autoridade em termos do artifício do arcaico. Essa iteração nega nossa percepção das origens da luta. Ela mina nossa percepção dos efeitos homogeneizadores dos símbolos e ícones culturais, ao questionar nossa percepção da autoridade da síntese cultural em geral (BHABHA, 1998, p. 64-65).

Essa contradição entre autenticidade e hibridização é parte da constituição do turismo étnico, pois, ao mesmo tempo em que a comunidade se empenha em apresentar-se como fiel às tradições herdadas, ela também adapta essas tradições às expectativas contemporâneas do público consumidor, ou seja, o turista. A performance turística deve ser compreendida como um processo de mediação cultural em que diferentes camadas de significados se entrelaçam. Nesse sentido, como observa MacCannell (1999), a experiência turística raramente se refere a uma

autenticidade “pura”, mas antes de tudo a uma construção social cuidadosamente orquestrada.

No caso específico da gastronomia, essa dimensão performática é intensificada, pois o alimento, além de consumido, é apresentado como marcador identitário. Um desses marcadores identitários que podemos apresentar sobre a culinária e gastronomia “típica” de Nova Veneza-SC, está a minestra.

Figura 7- Minestra



Fonte: Google, 2026.

O famoso prato é uma mistura de ingredientes bem conhecidos da população brasileira de maneira geral (arroz e feijão), seu preparo é semelhante a uma sopa, uma releitura do minestrone, sopa de legumes que leva feijão branco e macarrão:

Na Itália o minestrone é uma sopa com vários legumes que deixam o caldo escuro e saboroso. Quando os imigrantes chegaram não encontraram uma variedade de alimentos e aproveitaram da simplicidade para fazer um prato que os aquecesse durante o inverno usando feijão batido ou triturado até virar um caldo e cozinhado com arroz ou macarrão, aquele feito pelo nonna.

Como lembra Montanari (2008), “comer é um ato cultural” (p. 17), no qual se articulam práticas, representações e símbolos de pertencimento para a comunidade. Assim, quando o turista é convidado a degustar pratos considerados típicos em um

ambiente tematizado, ele participa de uma experiência que vai além da fruição gustativa, a prática em si vai se configurando como um exercício de imersão simbólica naquilo que é apresentado como original, genuíno. Ou seja, típico.

Diante desse quadro, torna-se fundamental compreender o papel da performance no turismo étnico, pois é por meio dela que se materializam os mecanismos de encenação, representação e construção da autenticidade daquilo que se quer performar.

Como afirma Schechner (2003), a performance não deve ser entendida apenas como um ato teatral, mas como um modo de comportamento restaurado, no qual ações sociais são repetidas, reinterpretadas e apresentadas em novos contextos. Ao aplicarmos esse conceito ao turismo étnico, percebemos que as práticas culturais encenadas, desde a música até a gastronomia, não são meras reproduções, mas sim recriações orientadas por interesses identitários e econômicos.

MacCannell (1999), Hobsbawm (1997), Bhabha (1998) e Schechner (2003), compreendem que o turismo étnico se fundamenta em um complexo processo de negociação entre autenticidade e invenção, tradição e hibridez, representação e experiência. No caso do município de Nova Veneza-SC, essa dinâmica se manifesta de maneira evidente na valorização da gastronomia como elemento central e catalisador da italianidade, reafirmando o “típico” por meio de práticas que performam uma maneira de legitimar a identidade local diante da expectativa do turista.

A comida, elemento que está presente em qualquer cultura, além da função biológica dos seus nutrientes, carrega consigo muitos significados subjetivos. Cada sociedade estabelece os seus tipos de alimentos, modos de preparo em detrimento de outros meios. As pessoas ao longo da vida vão assimilando, abdicando de certos alimentos, ou por questões religiosas, ou filosóficas, ou mesmo por questões envolvendo a saúde. A partir do momento que o ser humano desenvolveu a técnica do fogo e usá-lo para seu benefício, a comida passou por um processo de transformação, remodelação, ganhando status cultural. Os preparos culinários se tornaram parte da cultura inerentes a todos os povos, e como parte constituinte da história da humanidade:

Enquanto comer é uma necessidade humana básica, comida pode ser, também, uma atração turística além de motivo para viajar. Cada vez mais, a comida é um elemento de cultura, sendo utilizado em muitas estratégias de marketing e gestão de destinos para beneficiar não só a indústria do turismo

e o visitante, mas também os aspectos econômicos, sociais e ambientais de um destino (Stalmirska *et al.*, 2019, p. 4, tradução nossa). ^[12].

Portanto, na modernidade, a comida vem assumindo um papel cada vez mais central, não apenas como elemento cultural, mas também como protagonista na economia de determinadas regiões, especialmente aquelas que investem no turismo gastronômico. A alimentação deixa de ser apenas uma necessidade biológica e passa a ser compreendida como um veículo de identidade, memória e tradição, capaz de transmitir narrativas culturais que consolidam a imagem de um território e de seus habitantes (Montanari, 2008). Nesse contexto, o turismo gastronômico emerge como uma estratégia de valorização de recursos locais, em que produtos alimentares, receitas e práticas culinárias são promovidos como atrativos turísticos, fortalecendo simultaneamente a economia e a identidade cultural das comunidades envolvidas.

Além disso, a relação entre gastronomia e economia evidencia a transformação simbólica da comida em um bem cultural e mercadológico. Como observa Long (2004), os alimentos e as práticas alimentares funcionam como mediadores entre tradição e inovação, criando experiências autênticas que podem ser consumidas, experienciadas e compartilhadas por turistas. Essa dinâmica reforça a importância estratégica do discurso do “típico” e da autenticidade cultural, uma vez que o reconhecimento de um prato ou produto como representativo de uma região agrega valor simbólico e econômico, mobilizando recursos que vão desde restaurantes temáticos até eventos e festivais gastronômicos.

O papel da comida na economia contemporânea também está relacionado à construção de territórios de marca e à promoção de destinos turísticos diferenciados. Segundo Hall, Sharples e O’Mahony (2003), a gastronomia atua como elemento central na formação de identidades regionais, conferindo distinção e singularidade aos espaços em que se manifesta:

Realmente, o próprio fato da comida ser expressão de uma região e da sua cultura, significa que pode ser utilizada como forma de diferenciação de um

¹² No original: While eating is a basic human need, food can also be a tourist attraction and a reason for travel. Increasingly food, as an element of culture, is being used in many destination marketing and management strategies to benefit not only the tourism industry and the visitor, but also economic, social and environmental aspects of a destination.

destino, em um mercado globalizado cada vez mais competitivo (Hall; Sharples, 2003, p. 4, tradução nossa). ^[13]

Em cidades como Nova Veneza, por exemplo, a valorização da culinária e gastronomia “típica” preserva tradições culturais, cria oportunidades econômicas, consolidando um circuito turístico em que a alimentação se torna eixo de desenvolvimento local e instrumento de projeção cultural. No entanto, o turismo gastronômico traz consigo elementos de distinção, porque se vale da prerrogativa da genuinidade para dar o caráter de exclusividade.

Um dos principais atrativos associados ao turismo étnico reside em sua capacidade de se projetar como experiência autêntica, original e dotada de tradições culturalmente reconhecidas. Ao propor-se como genuíno, esse tipo de turismo constrói narrativas que articulam identidade, memória e pertencimento, configurando-se como um espaço simbólico no qual elementos culturais são adaptados e ressignificados para atender às expectativas do público consumidor. No entanto, essa construção não ocorre de forma espontânea, mas é fruto de um processo em que práticas, símbolos e espaços são reorganizados de modo a criar dispositivos capazes de oferecer ao visitante experiências sensoriais e emocionais que extrapolam o simples ato de consumir um produto gastronômico.

A gastronomia, em suma, cumpre esse papel central, mas não exclusivo, nesse processo, o ato de comer, logo, não se resume à mera nutrição, mas adquire um caráter simbólico, capaz de evocar memórias e reforçar identidades. Assim, o turista não consome apenas o alimento em si, mas também a narrativa cultural que o acompanha.

É importante fazer aqui alguns apontamentos sobre as demandas do turismo gastronômico e parte dos atores que o promovem, os turistas que buscam esse tipo de opção de lazer, cultura e entretenimento. Para Hall e Sharples (2003), a própria ideia de turismo gastronômico é definido pela motivação do turista:

Ao definir o turismo gastronômico, é necessário diferenciar entre os turistas que consomem alimentos como parte da experiência de viagem e aqueles

¹³ No original: Indeed, the very fact that food is expressive of a region and its culture has meant that it can be used as a means of differentiation for a destination in an increasingly competitive global marketplace.

turistas cujas atividades, comportamentos e até mesmo a seleção do destino são influenciados pelo interesse pela comida (2003, p.6, tradução nossa). ^[14]

É importante salientar que o termo “turismo gastronômico” é o que usualmente se utiliza na literatura brasileira, quando se trata desse tema de pesquisa, no entanto, no que se refere a literatura estrangeira os termos têm algumas variações, como podemos ver nos exemplos a seguir: “Culinary Tourism”, “Gastronomy Tourism”, “Gastronomic Tourism” e “Food Tourism”. Segundo Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse:

[...] Os termos mais utilizados na literatura internacional são Culinary Tourism e Food Tourism. Ellis *et al.*, (2018) identificaram que Culinary Tourism é o termo mais adequado para descrever uma forma de turismo que enfatiza significativamente uma relação entre o insider e o outsider criados por meio da comida como cultura. A alimentação no Culinary Tourism é vista como um meio de experiências culturais, fazendo com que o cerne deste segmento seja a busca por experiências de atividades gastronômicas e seu consequente consumo. Na percepção de Ellis *et al.*, (2018) enquanto o Culinary Tourism tem como foco o consumo cultural, o Food Tourism refere-se principalmente a experiências físicas (degustações), motivadas por um desejo de envolver-se com alimentos locais (Ellis *et al.*; 2018 *apud* Gimenes-Minasse *et al.*, 2023, p.4).

O Turismo Gastronômico desempenha, entre outras coisas, o papel de proporcionar o envolvimento do turista, vendendo, assim, a ideia de “experiência gastronômica” (Collaço, 2013, p. 212), de mergulho na cultura do local, para além do simples ato de comer. Com isso, é comum que os atores que promovem o turismo gastronômico, desenvolvam roteiros elaborados que propiciam esse elemento de imersão na história do local:

O Turismo Gastronômico também pode ser pensando a partir de subsegmentos, organizados a partir de duas vertentes: Turismo de Bebidas (baseado nos atrativos relacionados às práticas de produção e consumo de bebidas, sejam elas alcoólicas ou não) e o Turismo de Especialidades (relacionados às práticas de produção e consumo de ingredientes ou iguarias propriamente ditas, como pratos tradicionais). São exemplos do Turismo de Bebidas: o Enoturismo, o Turismo do Café, o Turismo do Chá, o Turismo Cervejeiro, dentre outros; e são exemplos do Turismo de Especialidades: o Turismo do Azeite (ou Olivoturismo), o Turismo Chocolateiro, o Turismo do Queijo, dentre outros (Gimenes-Minasse *et al.*, 2023, p.4).

¹⁴ No original: In defining food tourism there is a need to differentiate between tourists who consumer food as a part of the travel experience and those tourists whose activities, behaviours and even destination selection is influenced by an interest in food.

Contudo, o turismo gastronômico vem crescendo no segmento do turismo, alavancando a economia das regiões que a promovem, no entanto, no Brasil a atenção governamental só tomou medidas a respeito do turismo gastronômico, apenas no ano de 2022, com a primeira política pública nacional o Gosto pelo Brasil – Programa Nacional de Turismo Gastronômico (Brasil, 2022).

4 CONCLUSÃO

O presente estudo aqui exposto buscou investigar o papel do discurso do típico italiano na construção da identidade cultural e no desenvolvimento do turismo étnico-gastronômico no município catarinense de Nova Veneza, evidenciando que a culinária e a gastronomia transcendem a mera prática alimentar e se configuram como um recurso simbólico e estratégico para legitimar pertencimentos que promovem a italianidade como marca hegemônica da região. O ponto de partida desta pesquisa foi balizado a partir data de 1991, que recaiu nos preparativos para comemoração do centenário de fundação da cidade e, portanto, ano importante para o fortalecimento e espraio do discurso de uma autenticidade culinária e gastronômica italiana regional.

O estudo ambicionou demonstrar que a valorização dos elementos “típicos” da culinária italiana atua, não só como manifestação cultural, mas, da mesma forma, como instrumento econômico e social, capaz de consolidar narrativas que conectam passado e presente. A ênfase nos sabores, nas receitas e nas práticas culinárias herdadas das gerações de imigrantes italianos se converte em um importante marcador identitário, por meio do qual a comunidade reafirma suas origens e constrói um sentimento de pertencimento coletivo. Ao mesmo tempo, essa valorização transcende o campo simbólico, assumindo papel estratégico na dinamização do turismo local, especialmente quando a gastronomia é promovida como expressão autêntica da “italianidade” nas terras do sul brasileiro. Assim, a culinária típica torna-se um ativo cultural e econômico, gerando renda, fortalecendo o comércio e projetando a imagem de Nova Veneza como destino turístico singular no sul de Santa Catarina. Além disso, esse processo evidencia como a manutenção e a promoção do “típico” são constantemente mediados por interesses contemporâneos, nos quais a tradição é reinterpretada, negociada e adaptada às demandas do mercado e às expectativas do público visitante.

A investigação buscou compreender de que maneira o discurso do “típico” é construído e sustentado por processos de seleção e negociação simbólica, que se reconfiguram de acordo com os contextos políticos, econômicos e culturais de cada época. Em vez de representar algo fixo ou espontâneo, o “típico” se mostra como uma construção social em permanente transformação, atravessada por disputas de sentido e por interesses diversos. No caso de Nova Veneza, observa-se que certos aspectos

da herança cultural italiana, como receitas culinárias, celebrações comunitárias, expressões linguísticas e práticas cotidianas, são destacados e valorizados, enquanto outros permanecem à margem. Essa escolha não é aleatória: ela decorre de processos deliberados de legitimação cultural, nos quais diferentes atores sociais e institucionais determinam o que deve ser preservado e divulgado como expressão autêntica da italianidade local.

Essas dinâmicas se evidenciam tanto nas políticas de patrimônio e nas ações de marketing territorial quanto nas narrativas que sustentam o turismo gastronômico da cidade. O apelo à tradição italiana, nesse contexto, funciona como um elemento de coesão social, mas também como estratégia de visibilidade e valorização econômica. A noção de autenticidade, portanto, é constantemente atualizada e adaptada às exigências do mercado e às expectativas dos visitantes, transformando a cultura em produto simbólico. O “típico” emerge, assim, como um espaço de mediação entre memória e contemporaneidade, onde as fronteiras entre o que é vivido, encenado e comercializado tornam-se fluidas. Em última instância, essa dinâmica revela um campo de disputas em torno da identidade, no qual moradores, gestores públicos e empreendedores turísticos participam ativamente da (re)produção de sentidos sobre o que significa “ser italiano” em Nova Veneza e de como essa identidade é projetada para o mundo exterior.

O turismo de base gastronômica, associado aos elementos considerados “típicos” da cultura italiana, consolidou-se como um espaço privilegiado para a expressão e a visibilidade das identidades em Nova Veneza. Nesse cenário, as práticas alimentares ultrapassam o simples ato de comer, assumindo, assim, uma função simbólica, tornando-se meio de representação e comunicação cultural. A comida passa a narrar histórias, onde procura evocar ancestralidades e traduzir modos de vida herdados dos imigrantes italianos que colonizaram a região. Ao serem reinterpretados e apresentados ao público visitante, pratos como a polenta, as massas artesanais, a minestra, os vinhos e a fortaia ganham novos significados, convertendo-se em signos de autenticidade e pertencimento que fortalecem o imaginário da italianidade em Nova Veneza.

Essa apropriação simbólica confere à gastronomia um papel centralizador na construção da imagem turística do município. Por meio dela, a comunidade projeta uma identidade que se pretende fiel às origens, ainda que constantemente mediada por demandas contemporâneas e por estratégias de valorização econômica. Os

moradores e empreendedores locais assumem, nesse processo, a posição de “intérpretes” da tradição Hobsbawm e Ranger (2024), responsáveis por manter viva a memória e, simultaneamente, adaptá-la ao contexto do turismo. Eventos como a Festa da Gastronomia Italiana exemplificam essa dinâmica, transformando práticas cotidianas em experiências festivas, nas quais o passado é recriado sob a forma de espetáculo cultural.

Desse modo, o turismo gastronômico em Nova Veneza não se limita à promoção de modos de elaborar pratos, mas atua como um dispositivo de produção identitária e de reafirmação simbólica. Ele articula memória e mercado, tradição e inovação, autenticidade e representação, revelando que o “típico” é continuamente negociado e reinventado. Em última instância, essa atividade se torna uma vitrine por meio da qual a italianidade é celebrada, consumida e, de maneira geral, encenada, projetando o local como um território que preserva sua herança cultural.

Referências a conceitos fundamentais da antropologia, sociologia e dos estudos culturais permitiram compreender que as identidades culturais em contextos como Nova Veneza são híbridas (BHABHA, 1998), negociadas e constantemente reelaboradas, articulando elementos materiais e imateriais que configuram o território como um espaço simbólico e vívido (SANTOS, 2021; BOURDIEU, 2011). Tal perspectiva evidencia que as identidades não se apresentam como essências fixas, mas como processos em permanente construção, resultantes de interações, disputas e trocas culturais que atravessam o tempo e o espaço.

No caso de Nova Veneza, a italianidade manifesta-se como uma identidade relacional, ou seja, que se atualiza a partir do encontro entre memória e modernidade, tradição e inovação, autenticidade e representação. Essa dinâmica revela que o pertencimento étnico, frequentemente mobilizado pelo turismo e pela gastronomia, é também um campo de negociação simbólica, no qual os significados do “típico” são continuamente reinterpretados conforme as demandas sociais e econômicas contemporâneas.

Nesse contexto, o turismo vai além da sua dimensão meramente econômica, para se tornar um verdadeiro “termômetro” social e cultural, capaz de revelar tensões e transformações nas formas de se viver, representar e experimentar a identidade local. Ele atua como mediador entre o global e o local, apropriando-se de tradições e reelaborando-as para consumo simbólico e material. Assim, as práticas turísticas e gastronômicas se convertem em mecanismos de mediação cultural, nos quais a

italianidade é performada, narrada e mercantilizada, mas também ressignificada e reafirmada como patrimônio vivo. O espaço turístico, nesse sentido, torna-se palco de encontros entre diferentes temporalidades e atores sociais, traduzindo a complexidade das identidades híbridas que constituem o município e, ao mesmo tempo, reafirmando seu valor como território culturalmente dinâmico e identitariamente plural.

Diante do exposto, a pesquisa ambicionou contribuir para o debate acadêmico, no que se refere a elaboração da epistemologia dos estudos a respeito do turismo, argumentando a importância de abordagens interdisciplinares que considerem as dimensões simbólicas, culturais e políticas do seguimento turístico. Sugere-se, portanto, que futuras pesquisas ampliem a investigação sobre a pluralidade identitária em Nova Veneza-SC, considerando também outras vozes e memórias que possam ampliar o debate e a compreensão da diversidade cultural, não só do município em questão, mas da própria região da qual a cidade faz parte.

5 REFERÊNCIAS

ABAV/RJ. Associação Brasileira dos Agentes de Viagem. **Sobre a Abav-RJ. 2023.** Disponível em: [ABAV/RJ - Associação Brasileira dos Agentes de Viagem \(abavrio.com.br\)](http://abavrio.com.br). Acesso em 20 mar. 2024

ALMEIDA, Marcia Geralda de; SILVA, Marisa Corrêa. O conceito de típico de Slavoj Žižek como mecanismo de manutenção da ideologia em A exceção e a regra. *Matraga*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 55, p. 143-154, jan./abr. 2022. DOI: 10.12957/matraga.2022.61262. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/matraga/article/view/61262/41607>. Acesso em 07 dez. 2025

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

ALMEIDA, Roberto Moreira, S. A. A recepção legislativa e os sistemas constitucionais. *Revista de Informação Legislativa*, v.40, n.158, p. 312, abr./jun. 2003.

ANPUH. Associação Nacional De História. **Nota de repúdio à homenagem feita a Natale Coral, assassino de indígenas.** Florianópolis: 2021. Disponível em: <https://anpuh.org.br/index.php/2015-01-20-00-01-55/noticias2/diversas/item/6289-nota-de-repudio-a-homenagem-feita-a-natale-coral-assassino-de-indigenas> Acesso em: 20 Jul. 2024.

ARAÚJO, Cíntia Möller; TASCHNER, Gisela. Turismo e Políticas Públicas no Brasil. In: BENI, Mário Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão desenvolvimento regional, rede de produção e clusters.** Barueri, SP: Manole, 2012. Disponível na Biblioteca Digital da Universidade do Extremo Sul Catarinense. Acesso em: 10 de jul. 2020.

ARAÚJO, Lindemberg Medeiros; CARVALHO, Roberta Cajaseiras. X SEMINÁRIO ANPUTUR, 2013, Universidade de Caxias do Sul. **O turismo de massa em debate: a importância de sua análise para o planejamento turístico do estado de Alagoas, Brasil.** Caxias do Sul: Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2013. 20 p. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/%5B35%5Dx_anptur_2013.pdf . Acesso em: 10 abr. 2024.

ARQUIVO PÚBLICO MINEIRO. Página inicial. SIAAPM: Sistema Integrado de Acesso do APM. Belo Horizonte, 2007. Guia Fundos e Coleções. Coleção: **Departamento de Imprensa e Propaganda.** Disponível em: [Guia de Fundos e Coleções \(cultura.mg.gov.br\)](http://Guia de Fundos e Coleções (cultura.mg.gov.br)). Acesso em: 10 Mai. 2024.

BARTH, Fredrik. *Grupos étnicos e suas fronteiras.* 2. ed. Brasília: Editora da UnB, 2000.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998. 395 p. Tradução de: MYRIAM AVILA, ELIANA LOURENÇO DE LIMA REIS, GLAUCIA RENATE GONÇALVES.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 12ª ed. Editora: Senac-SP. São Paulo, 2007. 256 p.

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução a teoria e aos métodos**. Porto: Porto Editora, 1982.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento** / Pierre Bourdieu; tradução. Daniela Kern; Guilherme J.F.Teixeira. - ed. Ver. – Porto Alegre, RS: Zouk, 2011, 560p.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Dispõe sobre incentivos à cultura (Lei Rouanet). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm Acesso em: 20 Set. 2025.

BRASIL. **Decreto- Lei nº. 406 de 3 de Maio de 1938**. Dispõe sobre a entrada de estrangeiros no território nacional. Disponível em: [Del0406-38 \(planalto.gov.br\)](#). Acesso em: 20 Abr. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 1.915 de 27 de Dezembro de 1939**. Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências. Disponível em: [DEL1915 \(planalto.gov.br\)](#). Acesso em: 22 Abr. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 2.440 de 23 de Julho de 1940**. Regula as atividades das empresas e agencias de viagens e turismo. Disponível em: [DEL2440 \(planalto.gov.br\)](#). Acesso em: 22 Abr. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 9.215 de 30 de Abril de 1946**. Proíbe a prática ou exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Senado Federal. Disponível em: [Legislação Federal - Senado Federal](#). Acesso em: 23 Abr. 2024.

BRASIL. **Decreto nº. 44.863 de 21 de Novembro de 1958**. Institui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR). Disponível em: [Portal da Câmara dos Deputados \(camara.leg.br\)](#). Acesso em: 25 de Abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº. 4.048 de 29 de Dezembro de 1961**. Dispõe sobre a organização do Ministério da Indústria e do Comércio, e dá outras providências. Casa Civil. Disponível em: [L4048 \(planalto.gov.br\)](#). Acesso em: 26 Abr. 2024.

BRASIL. **Decreto nº. 55/66 de 18 de Novembro de 1966**. Define a Política Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. Disponível em: [Del0055 \(planalto.gov.br\)](#). Acesso em: 26 Abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº 11.771 de 17 de Setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de

dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Brasília: 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 09 Ago. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do turismo: Diretrizes**. MTur. Brasília: 2013. Disponível em: [PROGRAMA DE REGIONALIZACAO DO TURISMO - DIRETRIZES.pdf](#). Acesso em 09 Ago. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Decreto nº 9.971 de 14 de Maio de 2019**. Aprova o Plano Nacional do Turismo: 2018-2022. Brasília: 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm. Acesso em: 08 Ago. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo Ações Unidades Federativas**. Brasília: 2020. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=215:programa-de-regionalizacao-do-turismo-acoes-unidades-federativas&catid=17&Itemid=121. Acesso em: 10 Ago. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. Gabinete do Ministro. **Portaria MTUR Nº 41, de 24 de novembro de 2021**. Brasília. 2021. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/Consolidada%20-%20Portaria%20Mapa%2026-11-21.pdf>. Acesso em: 11 Ago. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Gosto pelo Brasil: Programa Nacional de Turismo Gastronômico**. Cartilha. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/CartilhaGostopeloBrasil2022.pdf>. Acesso em: 28 Abr. 2024.

BRASIL. Programa de Regionalização do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro**. 2023. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 09 Ago. 2023.

BURKE, Peter. **A Escrita a história: novas perspectivas** / Peter Burke (org.); tradução de M. Agda Lopes. - São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992. - (Biblioteca básica)

CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005. 306 p. (Coleção Antropologia e Saúde).

CARNEIRO, Henrique. **Comida e Sociedade: uma história da alimentação**. 7. ed. São Paulo: Elsevier, 2003. 148 p.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 352 p.

COLANTUONO, Aline Correia de Sousa. O processo histórico da atividade turística mundial e nacional. **Rev. Cadernos da Fucamp.**, Monte Carmelo, MG, v. 14, n. 21, p. 30-41, 2015. Disponível em: <http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/view/532>. Acesso em: 8 Mar. 2024

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Gastronomia: a trajetória de uma construção recente. **Habitus**, Goiânia, v. 11, n. 2, p. 203-222, jul./dez. 2013. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/18617>. Acesso em: 15 out. 2021.

CONSTANTINO, Núncia Santoro de. **O italiano da esquina: imigrantes na sociedade porto-alegrense**. Porto Alegre: EST, 1991.

COSTA, Rovílio. **A epopeia dos imigrantes**. Porto Alegre: EST, 1983.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Projetos de Pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021. 234 p. Tradução: Sandra Maria Mallmann da Rosa; Revisão técnica: Dirceu da Silva

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território**. (Coleção turismo). São Paulo: Contexto, 2000.

DOUGLAS, Mary. **Deciphering a Meal**. *Daedalus*, v. 101, n. 1, p. 61-81, 1972.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Territorialidade. IN: GIOVANNI, Geraldo di *et al.* (org.). **Dicionário de Políticas Públicas**. 3. ed. São Paulo: Unesp, 2018. p. 998-1001.

FISCHLER, Claude. *Commensality, society and culture*. **Social Science Information**, v. 50, n. 3-4, p. 528-548, 2011.

FLANDRIN, Jean Louis; MONTANARI, Massimo (org.). **História da Alimentação**. 8. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015. 888 p. Tradução de: Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira.

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia *et al.* Turismo gastronômico. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 17, p. 2791, 20 out. 2023. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v17.2791>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/YVQ9VnC4vHSHR6bHL5Wvs9L/>. Acesso em: 29 abr. 2024.

GOUDSBLOM, Johan. O fogo e os combustíveis na história. In: GERBARA, Ademir *et al.* (org.). **Leituras de Norbert Elias**: processo civilizador, educação e fronteiras. Maringá: Eduem, 2014. Cap. 3. p. 55-77.

HALL, C. Michael; SHARPLES, Liz. **The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption?** An Introduction to the Tourism of Taste." *Food Tourism around the World*: 2003. 1ed.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HOBBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (org.). **A invenção das tradições**. 16. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2024. 390p. Tradução de: Celina Candim Cavalcante.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>. Acesso em: 10 Ago. 2023.

Issa, Yara Silvia Marques de Melo, Dencker, Ada de Freitas Maneti. Processos de Turistificação: Dinâmicas de inclusão e exclusão de Comunidades Locais. **IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL**, Caxias do Sul, v. 40, n. 1, p. 01-15, jul. 2006. Disponível em: https://www.uces.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-12.pdf Acesso em: 21 mai. 2024.

JACQUES, Maria da Graça Corrêa; STREY, Marlene Neves. **Psicologia Social Contemporânea**: livro texto. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

JELIN, Elizabeth. **¿De qué hablamos cuando hablamos de memorias?** In: **Los trabajos de la memoria**. Madrid/Buenos Aires: Siglo XXI, 2002. (Coleção Memórias de la represión).

KLUG, João. **Italianos em Santa Catarina: identidade e memória**. Florianópolis: UFSC, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed.; rev. E ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

LE GOFF, Jacques, **História e memória** / Jacques Le Goff; tradução Bernardo Leitão ... [et al.] - - Campinas, SP Editora da UNICAMP, 1990.

LOW-BEER, Jaqueline. O ESTADO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS: uma revisão histórica (1950 a 1997). Brasília: **Revista Espaço e Geografia**, v.5, n.2, 2002. Anual. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/espacoegeografia/issue/view/2292>. Acesso em: 20 Abr. 2024.

MENESES, José Newton Coelho. **História & Turismo cultural** /José Newton Coelho Meneses. – 1 ed., 1 reimp. – Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=t%C3%ADpico> . Acesso em: 12 Ago. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: Pesquisa Qualitativa emSaúde**. (12ª Edição). São Paulo: Hucitec-Abrasco, 2010.

MONTANARI, Massimo. **Comida como Cultura**. São Paulo: Senac, 2012.

NOVA VENEZA (SC). Lei nº 2.592/2017. **Institui o Sistema Municipal de Cultura**. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/sc/n/nova-veneza/lei-ordinaria/2017/259/2592/lei-ordinaria-n-2592-2017-dispoe-sobre-o-sistema-municipal-de-cultura-de-nova-veneza-seus-principios-objetivos-estrutura-organizacao-gestao-inter-relacoes-entre-os-seus-componentes-recursos-humanos-financiamento-e-da-outras-providencias> Acesso em: 20 Set. 2025.

NOVA VENEZA (SC). **Lei nº 2.773/2020. Aprova o Plano Municipal de Cultura**. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/camara/sc/novaveneza> . Acesso em: 20 Set. 2025.

OLIVEIRA, F. de. **Políticas públicas e desenvolvimento social: conceitos e práticas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2015.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. Trad: Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social. Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n.10, p. 200-212, 1992.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Ufsc, 2004. 316 p. Tradução de: Rossana Pacheco da Costa Proença, Carmen Sílvia Rial e Jaimir Conte.

POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FERNART, Jocelyne. **Teorias da Etnicidade: Seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth**. 2. ed. Tradução: Elcio Fernandes. São Paulo: Editora UNESP, 2011.

QUEIROZ, Roosevelt Brasil. **Formação e Gestão de Políticas Públicas**. Curitiba: Intersaberes, 2012. 277p. (Gestão Pública).

QUEIROZ, M. A. *Políticas públicas: conceitos e abordagens*. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

REINHARDT, Juliana Cristina. **Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade**. 2007. 229 f. Tese (Doutorado) - Curso de História, De História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná., Curitiba, 2007. Cap. 06.

ROSSI, Paolo. **Comer: necessidade, desejo, obsessão**. São Paulo: Unesp, 2012. 195 p. Tradução de: Ivan Esperança da Rocha.

SANTA CATARINA. **Consolida as Leis que conferem denominação adjetiva aos municípios catarinenses**. (Lei Ordinária nº 16.722). Florianópolis: 2015. Disponível em: <https://leisestaduais.com.br/sc/lei-ordinaria-n-16722-2015-santa- catarina-consolida-as-leis-que-conferem-denominacao-adjetiva-aos-municipios- catarinenses>. Acesso em: 12 Ago. 2023.

SANTA CATARINA. **Lei Estadual nº 16.395/2015. Institui o Sistema Estadual de Cultura e Plano Estadual de Cultura.** Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/1366-fcc/legislacao/21017-sistema-estadual-de-cultura> Acesso em: 20 Set. 2025.

SANTOS, Milton. **Metamorfose do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia/ Milton Santos; em colaboração com Denise Elias. –6. Ed. 2. Reimp. –São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2021. 132 p.

SANTOS, Milton. de S. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** São Paulo: Hucitec, 2010.

SEYFERTH, Giralda. **Imigração e cultura no Brasil.** Florianópolis: Editora da UFSC, 1990.

SERPA, Esmeralda Macedo *et al.* **Turismo Patrimônio e Regionalização.** São Paulo: Érica, 2019. 144 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536531441/pageid/13> 5. Acesso em: 20 mai. 2024.

SETUR. Secretaria do Estado do Turismo de Santa Catarina. **Santa Catarina ganha mais uma região turística.** Florianópolis: 2023. Disponível em: <http://www.setur.sc.gov.br/index.php/informacoes/noticias-institucional/5630-santa-catarina-ganha-mais-uma-regiao-turistica>. Acesso em: 20 mai. 2024.

SILVEIRA, Marcos A. T. da. As relações entre turismo e território: discussões teóricas sobre o caráter territorial do turismo. **DGEOG/UFPR**, Paraná, v. 40, n. 1, p. 01-13, jan./abr. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652011000100007. Acesso em: 20 mai. 2024.

SOARES, Cláudia Mesquita Pinto *et al.* Conceitos de Gastronomia: um debate sobre dissonâncias e convergências na literatura científica. **Confluências Culturais**, [s. l], v. 9, n. 2, p.1-147, 14 out. 2020. Disponível em: <http://periodicos.univille.br/index.php/RCC/article/view/98/81>. Acesso em: 29 Abr. 2024.

STALMIRSKA, Anna, WHALLEY, Peter and FALLON, Paul (2019). Food as a component in destination marketing. In: KOZAK, Nazmi and KOZAK, Metin, (eds.) **Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies**. Tourism, Hospitality & Event Management (THEM) . Springer International Publishing, 123-141. Disponível em: <http://shura.shu.ac.uk/27178/>. Acesso em: 29 Abr. 2024.

Urry, J. (1996). **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: SESC/Studio Nobel.

WATSON, R.; GASTALDO, E. **Etnometodologia e Análise da Conversa.** Petrópolis / Rio de Janeiro: Vozes / PUC-Rio, 2015.

ŽIŽEK, Slavoj. En defensa de la intolerancia. Tradução por Javier Eraso Ceballos y Antonio José Antón Fe-mández. Ediciones Sequitur: Madrid, 2008.