



## **A IMPORTÂNCIA DE NOVA PETRÓPOLIS COMO DESTINO TURÍSTICO-CULTURAL NO CONTEXTO DA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS (SERRA GAÚCHA, RS)**

**Edegar Luis Tomazzoni\***  
**Universidade de São Paulo - USP**  
[eltomazzoni@usp.br](mailto:eltomazzoni@usp.br)

**Alexia Alves Silva\*\***  
**Universidade de São Paulo – USP**  
[alexia.alves.silva@usp.br](mailto:alexia.alves.silva@usp.br)

**RESUMO:** A Regionalização turística da Região das Hortênsias (Serra Gaúcha) consiste em parcerias de entidades locais e intermunicipais para identificação e desenvolvimento de seus atrativos e de suas potencialidades turístico-culturais. As organizações de Nova Petrópolis atuam juntamente com Gramado, Canela, Picada Café e São Francisco de Paula, constituindo um dos maiores polos turísticos do Rio Grande. O objetivo principal deste estudo é analisar a importância de Nova Petrópolis como destino turístico-cultural na Região das Hortênsias, por meio de observação direta, de pesquisa documental e de entrevistas com representantes de entidades e de empresas do turismo municipal, regional e nacional. As visões representativas dos gestores de operadoras e agências de viagens e turismo confirmaram a imagem de Nova Petrópolis e sua importância no contexto da oferta turística regional. Os resultados mostram que o desenvolvimento do turismo é em razão da preservação da cultura, nos eventos e na materialização de patrimônios que enaltecem a tradição germânica do município.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo - Cultura - Nova Petrópolis (RS, Brasil).

## **THE IMPORTANCE OF NOVA PETRÓPOLIS CITY AS TOURIST AND CULTURAL DESTINATION IN THE CONTEXT OF THE HYDRANGEAS REGION (HIGHLAND SOUTHERN REGION, RS, BRAZIL)**

---

\* Doutor em Ciências da Comunicação com Ênfase em Turismo, pela Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP). Docente da Universidade de São Paulo (USP), na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), no Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPTUR), no Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Mudança Social e Participação Política (PROMUSPP) e no Curso de Graduação em Lazer e Turismo.

\*\* Bacharel em Turismo pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP).

**ABSTRACT:** The tourist Regionalization of the Hydrangeas Region (Southern Highland Region, RS, Brazil) consists of local and inter-municipal entities partnerships to identify and develop its attractions and its cultural tourism potential. The Nova Petropolis organizations act with the Gramado, Canela, São Francisco de Paulo and Picada Café cities organizations. The objective of this paper is to analyze the importance of Nova Petrópolis as a tourist and cultural destination in the Hydrangeas Region (Southern Highland Region, RS, Brazil), through direct observation of tourist attractions, desk research and interviews with representatives of organizations and companies that operate development of municipal and regional tourism. The views of managers of the operators and travel agencies, representing the national trade market, confirmed the Nova Petropolis tourist image and its importance in the context of regional tourism. The results show that tourism development is due to the preservation of culture, the events and the realization of assets that extol the German tradition of the municipal destination.

**KEYWORDS:** Tourism – Culture - Nova Petrópolis (RS, Brazil).

## INTRODUÇÃO

Com o advento do turismo de massa, entre 1940 e 1950, no contexto da supremacia do capitalismo, as tradições e as identidades culturais eram vistas, por alguns grupos econômicos e sociais, como impedimentos, ou obstáculos, ao progresso e ao desenvolvimento. Nas décadas seguintes, em razão dos impactos negativos da atividade turística e do consumo dos recursos naturais, o turismo passou a ser repensado racionalmente e contextualizado na sustentabilidade. Atualmente, a tendência de comercializar produtos turísticos de caráter histórico-cultural consiste em revalorizar o passado, desfrutando de novas experiências, em diversas regiões do Brasil e do mundo.

Na região nordeste do Rio Grande do Sul (Serra Gaúcha, formada pelas regiões Uva e Vinho, Campos de Cima da Serra e Hortênsias), a regionalização do turismo possibilitou a organização dos atrativos e a superação de várias dificuldades de infra estrutura dos municípios. A região tem importância histórico-cultural para os atores sociais envolvidos e proporciona-lhes sentimento de pertencimento. Os diversos setores da sociedade—público, privado e comunidades locais - têm unido esforços para avançar na autonomia sobre as decisões de interesse regional.

Nova Petrópolis, município que integra a Região das Hortênsias (juntamente com Gramado, Canela, São Francisco de Paula e Picada Café), recebe grande parte dos turistas que viajam à Serra Gaúcha. Com cerca de 19 mil habitantes, de acordo com o

IBGE (2015)<sup>1</sup>, o município é conhecido por seus atrativos turísticos - Parque Aldeia do Imigrante, Labirinto Verde (Praça das Flores) e Festival Internacional do Folclore –que representam o legado material e imaterial dos imigrantes e de seus descendentes. Uma das estratégias de promoção da imagem turística do município foi a criação do slogan “Jardim da Serra Gaúcha”.

O objetivo geral deste artigo é analisar a importância de Nova Petrópolis como destino turístico-cultural no contexto da região das Hortênsias (Serra Gaúcha - RS). Os objetivos específicos são: 1) identificar as contribuições dos atrativos culturais do destino Nova Petrópolis para a atratividade turística da região das Hortênsias, na Serra Gaúcha (RS), com base nas visões de gestores de entidades do poder público (Prefeitura) e de empresas do setor privado; 2) verificar as visões sobre a importância da oferta turístico-cultural de Nova Petrópolis, para a Região das Hortênsias, pelas direções das principais entidades representativas da gestão do turismo regional, o Sindicato de Hotéis e Restaurantes da Região das Hortênsias e o Gramado, Canela e Região das Hortênsias Convention & Visitors Bureau; 3) averiguar a comercialização do destino Nova Petrópolis, no conjunto da oferta regional, por operadoras e agências de Nova Petrópolis (RS) e de São Paulo (SP), representativas no mercado nacional de viagens e turismo.

A relevância do artigo justifica-se em razão da necessidade de conhecer as potencialidades e o desenvolvimento turístico-cultural da Serra Gaúcha, com ênfase no município de Nova Petrópolis, contemplando, desde a consolidação de seus patrimônios mais conhecidos, até a imagem com a qual é promovido como destino de viagens e turismo.

## **SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA E TURISMO CULTURAL**

A segmentação da atividade turística é em razão da busca incessante de novos produtos turísticos pelos consumidores. Os significados transcendem o material e o tangível, devendo ser percebidos como benefícios a serem oferecidos, o que tem estimulado os setores públicos e privado a mudarem suas “estratégias de planejamento, de gestão e de promoção”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> IBGE – Instituto Brasileiro de Economia e Estatística Disponível em [www.ibge.com.br](http://www.ibge.com.br). Acesso em 10 de fevereiro de 2016.

A finalidade da segmentação turística é satisfazer o consumidor “por meio de produtos, serviços, experiências, eventos, informações ou ideias”, representados pelo “conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, oferta do deforma organizada por um determinado preço”.<sup>2</sup>

Com a oferta desses produtos para demandas específicas, o turista tem a oportunidade de encontrar, de maneira facilitada, o que melhor lhe agrada pela para vivenciar diferentes experiências. “Não existe um único perfil de público, e sim diversos segmentos que devem ser identificados pelas características e comportamentos de consumo, assim como existem diversas ferramentas de marketing para atingi-los”.<sup>2</sup>

O conhecimento do comportamento dos turistas é fundamental para combinação de estratégias e de ações para motivar o consumo de viagens. Segmentar a demanda é reunir pessoas que compartilham das mesmas características, necessidades e expectativas. Segmentar a oferta é definir a tipologia de turismo (aventura, sol e praia, ou cultura), visando a satisfazer as necessidades e os desejos do segmento da demanda e consolidar a imagem do destino turístico.

Turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo náutico, turismo de pesca, turismo de estudos e intercâmbio, turismo de negócios e eventos, turismo de sol e praia, turismo de saúde, turismo de esportes, ou turismo cultural, são segmentos que constituem a essa imagem. Essas classificações foram estabelecidas, em 2006, pelo Ministério do Turismo do Brasil.

A atividade turística é considerada setor expoente da economia, atrai investimentos em infraestrutura, impulsiona a criação de empregos, valoriza e vende produtos autênticos e resgata tradições. Tem implícito o desafio de proporcionar benefícios econômicos, contemplando patrimônios e manifestações culturais.

O turismo cultural fundamenta-se no significado de bens como monumentos ou espetáculos, que se constituem em atrativos e despertam o interesse dos

---

<sup>2</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, p. 12-300, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em 01 de fevereiro de 2016.

observadores. Para melhor compreender o objeto (material ou imaterial), é preciso mediação (pessoal ou documental), que revele a criatividade, ao mostrar valores e reforçar a identidade do patrimônio.

O patrimônio cultural consiste em conjunto de bens, que representam as identidades coletivas, manifestações ou testemunhos significativos da cultura<sup>3</sup>, que se constituem em história, vivenciada no presente e transmitida às futuras gerações.<sup>4</sup> O patrimônio é material e imaterial. O primeiro é produto da atuação humana e possível de ser visitado em cidades, vilas, monumentos, edifícios religiosos ou militares, museus, locais arqueológicos, ou pré-históricos. O segundo relaciona-se às festas e manifestações de tradições e ao saber fazer.<sup>5</sup>

A atividade turística é, normalmente, avaliada de acordo com o fluxo de pessoas e a receita gerada. Define-se o turismo como negócio, como atividade econômica, mas isso é questionável, porque o turismo é atividade complexa, que envolve aspectos subjetivos (psicológicos), no processo de decisão sobre o que visitar, como e a que preço, e aspectos sociológicos, antropológicos e culturais.



Já em suas primeiras obras, Hunziker e Krapf (Zurique, 1942) estabelecem a premissa de que sem cultura não há turismo. Sessa (Roma, 1968) afirma que o turismo traz uma dupla contribuição: direta, como resultado de uma experiência cultural que enriquece a população visitada e a visitante com a aquisição dos valores que ambas possuem; indireta, que consiste no planejamento (antes da viagem) e na verificação natural dos pontos de dúvida entre o turista e o estrangeiro.<sup>6</sup>

Enfatiza-se a articulação entre turismo e legado cultural, com base no sentido de patrimônio cultural.

Atualmente, há consenso de que a noção de patrimônio cultural é muito mais ampla e não inclui apenas os bens tangíveis como também os intangíveis, não só as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, e não só aquilo que representa a cultura das classes mais

<sup>3</sup> GONZALES-VARAS, Ignacio. **Conservación de bienes culturales**. Madrid: Cátedra, 2003.

<sup>4</sup> UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Declaração sobre as Responsabilidades das Gerações Presentes em Relação às Gerações Futuras**. (1997) Disponível em <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001108/110827por.pdf>> Acesso em: 15 de fevereiro de 2016.

<sup>5</sup> FERREIRA, L.; AGUIAR, L.; PINTO, J.R. **Revista de Cultura e Turismo (CULTUR)**. Turismo cultural, itinerários turísticos e impactos nos destinos. Vol.6 n. 2 (7), Jun, p.110-126, 2012. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano6-edicao2/7.turismo-cultural.pdf>>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2016.

<sup>6</sup> BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2001, p.87.

abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos.<sup>7</sup>

A abordagem evoca a importância da cultura popular.

O patrimônio deixou de ser definido pelos prédios que abrigam reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles pertencentes, passando a ser definido como o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e formas de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade.<sup>8</sup>

As manifestações culturais são patrimônios que podem ser transformados em bens de valor econômico e comercializados no mercado de consumo das artes e do lazer. O turismo potencializa e expande esse mercado, como forma de geração de emprego, diminuição do êxodo rural, incremento das exportações e redução das diferenças entre as classes da pirâmide social pela distribuição de renda.

Muitos dos ramos do folclore, nos países latino-americanos, crescem em razão de vários objetivos: criar empregos que diminuam o desemprego e o êxodo do campo às cidades, fomentar a exportação de bens tradicionais, atrair o turismo, aproveitar o prestígio histórico e popular do folclore para solidificar a hegemonia e a unidade nacional sob a forma de um patrimônio que parece transcender as divisões entre classes e etnias. Mas todos esses usos da cultura tradicional seriam impossíveis sem um fenômeno básico: a continuidade da produção de artesãos, músicos, bailarinos e poetas, interessados em manter sua herança e em renová-la. A preservação destas formas de vida, de organização e pensamento se explica por razões culturais, mas também, pelos interesses dos produtores que tentam sobreviver ou aumentar sua renda.<sup>9</sup>



O turismo é fator de fortalecimento da autoestima, promove a educação, incentiva e implementa a paz, a convivência harmoniosa e a integração entre os povos.<sup>10</sup>“Pouca atenção tem sido dada ao fato de que podem haver, no turismo, impactos socioculturais sobre a população que seriam positivos e que tendem a conter uma mistura de características que beneficiem tanto os anfitriões quanto os visitantes”.<sup>11</sup>

<sup>7</sup> BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. Campinas - SP: Papyrus, 2000, p. 11.

<sup>8</sup> Ibid., p. 11.

<sup>9</sup> GARCIA Canclini. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997, p. 214.

<sup>10</sup> BARRETTO, Margarita. Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sociocantropológicos. *Turismo em análise*, Vol. 15, N.º 2. São Paulo: Aleph Editora e ECA-USP, 2004.

<sup>11</sup> COOPER, Chris; FLETCHER, Jonh; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPEHERD, Rebecca. **Turismo, princípios e prática**. São Paulo: Artmed Editora, 1998, p. 201.

Alguns dos principais impactos altamente benéficos do turismo nas sociedades e culturas são: melhora na qualidade dos museus; mais interesses na conservação de línguas, hábitos e costumes dos antepassados; novos mercados para artesanato e formas tradicionais de arte; crescimento do respeito pela religião e fortalecimento de estilo de vida da comunidade local.<sup>12</sup>

Além do deslocamento, desde o local de residência, habitual do turista, até o destino escolhido e o retorno ao ponto inicial, uma viagem abrange todas as formas de convivência estabelecidas no roteiro, ou percurso. A fruição dos serviços de gastronomia, hospedagem, compras, são etapas de um amplo conjunto de atividades culturais.

O turismo, por sua natureza e essência, implica a busca de diferenças que são traçadas pela cultura e pelo patrimônio. Ao representar um dos veículos mais importantes de divulgação cultural, o turismo emerge como instrumento de reafirmação de culturas e de patrimônios singulares. Esta atividade tem, na cultura e no patrimônio, esteios relevantes que lhe permitem promover encontros de singularidades.<sup>13</sup>

Quanto maior a originalidade cultural do destino turístico, maiores as possibilidades de criação e de comercialização de produtos turísticos. A presença material da cultura, por meio de edificações históricas e contemporâneas, considerando a expressão da arquitetura e a existência de museus, constituem-se em elementos do patrimônio de acervos turísticos. O marketing e a divulgação das manifestações culturais são elementos importantes para a relação entre cultura e turismo, como estratégias de agregação de valor à imagem de uma região turística.<sup>14</sup>

As identidades e diversidades culturais têm contribuído significativamente para o desenvolvimento do turismo. Por meio da atividade turística, os patrimônios culturais, em suas mais diversas formas e manifestações, têm conquistado visibilidade e valorização no mercado cada vez mais competitivo e globalizado.<sup>15</sup>

Uma grande tendência na revitalização de um local é o desenvolvimento de uma herança, a tarefa de preservar a história dos

---

<sup>12</sup> SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. São Paulo: Aleph, 2000, p. 113.

<sup>13</sup> IRVING, Marta e AZEVEDO, Júlia. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002, p. 133.

<sup>14</sup> GAGLIARDI, Clarissa. O patrimônio cultural como atrativo turístico. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília. **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**. São Paulo: Manole, 2015, p. 149-162.

<sup>15</sup> CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: UNESP, 2001.

lugares, suas edificações, sua gente e seus costumes, o maquinário e outros artefatos que retratam a história. Existem inúmeros exemplos de locais que redescobrem seu passado, tiram proveito de ser uma cidade natal de uma pessoa famosa, de um evento, de uma batalha ou de outras preciosidades ocultas.<sup>16</sup>

Vários dos maiores destinos turísticos são essencialmente culturais, em razão do conjunto de atributos como hábitos, costumes, tradições e valores das comunidades. Além disso, o patrimônio de natureza histórica, materializado pela arquitetura das construções antigas e contemporâneas constitui-se em cenário das capitais europeias, caracterizadas pelos acervos dos museus mais visitados mundialmente.

## **OFERTA, DEMANDA, OPERADORAS E AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO**

A oferta turística é o conjunto de atrativos, serviços e equipamentos e toda a infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino. O consumo, portanto, relaciona-se aos aspectos agradáveis do turismo e da hospitalidade, ou da experiência vivenciada.<sup>17</sup> A projeção de destino reforça a identidade local e desperta o interesse da demanda, por meio da linguagem comunicacional dos anúncios, materiais, virtuais, midiáticos das agências de viagens. Por um lado, a atividade turística é impulsionada pelo capital (retorno financeiro), por outro lado, é estimulada pelos valores simbólicos e afetivos da prática cultural.

A oferta turística é pré-condição para elaboração de estratégias de desenvolvimento turístico. Se as expectativas, os anseios e as necessidades do viajante são frustradas, e a consequência é a imagem negativa do destino. É necessária análise rigorosa da oferta turística da região, cidade ou localidade, como intuito de organizar os produtos, conforme a demanda dos diferentes perfis de visitantes habituais e de clientes a serem conquistados, com base nos princípios da sustentabilidade e do desenvolvimento socioeconômico local.<sup>18</sup> As expectativas são subjetivas, e os turistas informam-se, atualizam-se sobre as possibilidades de viagens e de experiências.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> KOTLER, Philip e REIN, I. **Marketing público**. São Paulo: Makron, 1995, p. 221.

<sup>17</sup> LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2012.

<sup>18</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2010, Disponível em:



As primeiras iniciativas de agenciamento das viagens são data das do início do século XIX. Desde então, as operadoras e agências de viagens e turismo têm desempenhado função relevante, na oferta de produtos turísticos: “pacotes de viagens, bilhetes de transportes e de atrações turísticas, acomodações, locação de veículos e seguros de viagens”.<sup>20</sup>

As operadoras e agências de viagens e de turismo são empresas, cujo objetivo central é de facilitar a inter-relação entre a demanda e a oferta, na organização e promoção das atividades turísticas. Atuam como revendedores e articulam-se com fornecedores.

São três as funções principais das agências de viagens: canais de distribuição indireta- ao intermediar serviços entre os fornecedores ao turista potencial - na elaboração de pacotes de viagens “sob medida” e na prestação de consultoria ao viajante, orientando o cliente na escolha do destino, ao informá-lo sobre os serviços turísticos a serem reservados e comprados. Os pacotes oferecem várias possibilidades de roteiros, que devem priorizar as necessidades e os desejos dos turistas, bem como os valores das comunidades anfitriãs.<sup>21</sup>

## **A REGIONALIZAÇÃO TURÍSTICA E A REGIÃO DAS HORTÊNSIAS (SERRA GAÚCHA-RS)**

O conceito de região envolve “um conjunto de fixos e fluxos. Os elementos fixos (fixados), no lugar, possibilita mações, que modificam o próprio lugar. Os fluxos novos, ou renovados, recriam as condições ambientais e as condições sociais e redefinem o lugar”.<sup>22</sup> No turismo, a participação mais direta das comunidades locais, na

---

<[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_p\\_ubicacoesSegmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_p_ubicacoesSegmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em 01 de fevereiro de 2016.

<sup>19</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2010, p. 29. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_p\\_ubicacoesSegmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_p_ubicacoesSegmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em 01 de fevereiro de 2016.

<sup>20</sup> LOHMANN, Guilherme; PANOSSONETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph 2012, p.243.

<sup>21</sup> TOMELIN, Carlos A. **Mercado de agências de viagens e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2001.

<sup>22</sup> SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Edusp: São Paulo, 2002.

organização do espaço, pode ser por meio de planejamento, gestão, promoção e comercialização, visando a retornos e benefícios abrangentes.

Como política pública, a integração dos municípios, em sistema de região, contribui para o desenvolvimento da atividade turística. Segundo as Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo–Roteiros do Brasil, o processo tem por objetivos: envolver representantes do poder público, do setor privado, da sociedade civil e das instituições de ensino; respeitar diferentes opiniões e promover discussões e negociações, para que os atores alcancem consenso; valorizar diversidades, considerando as habilidades, conhecimentos e evocações locais, em processo de regionalização inclusivo e proveitoso. A regionalização possibilita que as denominadas regiões turísticas encontrem, na união dos municípios, organização de um calendário anual e assessoramento de eventos; propagação das políticas de salvaguardados costumes e tradições peculiares; no intercâmbio entre órgãos do turismo e engajamento em melhorias de infraestrutura, os alicerces necessários para se consolidarem como roteiros conhecidos e bem-sucedidos.<sup>23</sup>

Com variedade de atrativos e belezas naturais, a Serra Gaúcha, com 45 municípios, destaca-se atividade turística. O êxito da regionalização ensejou a criação de mais cinco regiões, identificadas de acordo com seus atrativos: Hortênsias, Rotas das Araucárias, Paranhana, Uva e Vinho e Campos de Cima da Serra.<sup>24</sup>

Na Região das Hortênsias, que reúne Gramado, Canela, Pica da Café e São Francisco de Paula e Nova Petrópolis, o turismo integra-se por meio de entidades, como o Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares e o Gramado, Canela e Região Convention & Visitors Bureau. A Associação Comercial Industrial de Nova

---

<sup>23</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil: introdução à regionalização do turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007, p. 13. Disponível em: <[http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/introducao\\_turismo.pdf](http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/introducao_turismo.pdf)>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2016.

<sup>24</sup> GRAMADO, Prefeitura Municipal. Conselho reúne entidades e apresenta projetos. (2010) Disponível em: <<http://www.gramado.rs.gov.br/index.php/Institucionais/Conselho-de-Turismo-reune-entidades-e-apresenta-projetos.html>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2016.

Petrópolis (ACINP) e a Prefeitura Municipal de Nova Petrópolis também atuam no fortalecimento da integração turística regional.<sup>25</sup>

O Sindicato da Hotelaria, Restaurantes e Bares da Região das Hortênsias tem a missão de promover convênios e parcerias com o setor público-como o Governo do Estado (SETUR) e o Ministério do Turismo (MTur) - e privado, de acordo com os interesses dos seus associados. Projetos de desenvolvimento regional e de qualificação, bem como de divulgação e promoção da Região das Hortênsias, tanto nacionalmente quanto internacionalmente, são premissas do turismo regional.

A função do Sindicato é facilitar, buscar essa comunhão entre os municípios para não ficar muito disperso. A gente faz com que eles sejam lembrados; é basicamente isso que o sindicato faz. A gente conta com os associados e conveniados, faz com que os associados tenham vantagens com os conveniados, e que os conveniados tenham um maior número de clientes e isso vai movimentando a cidade.<sup>26</sup>

Para a direção do Gramado, Canela e Região das Hortênsias Convention & Visitors Bureau, o objetivo principal é “fomentar o turismo, por meio de ações de apoio à captação de eventos de natureza técnico-científica (nacionais e internacionais), além de atrair visitantes através de ações planejadas e integradas de marketing, sendo mantido pela iniciativa privada”.<sup>27</sup>

Desde 2006, quando passou a atuar independentemente, como uma fundação sem fins lucrativos, até o início de 2016, a entidade captou 152 eventos, atraiu 167 mil pessoas, gerando 498 mil *roomnight* e R\$386 milhões para a economia regional. Estima-se em cerca de 45 mil os turistas recebidos e em mais R\$92 milhões gerados pelos 37 eventos confirmados entre 2013 e 2016.<sup>28</sup>

O nosso foco é a captação, então a gente oferece a estrutura de eventos das cidades da nossa região de abrangência. É claro que a maior estrutura de eventos hoje é Gramado seguido por Canela. Se o promotor de eventos tiver interesse em Nova Petrópolis eu aproximo ele da Prefeitura pra que ele veja a estrutura de eventos lá e faça

---

<sup>25</sup> REGIÃO DAS HORTÊNSIAS, Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares. (2015). Disponível em: <<http://serragauchaturismo.com.br/>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2016.

<sup>26</sup> CARDOSO, Tiago B. Sindicato de Hotéis da Região das Hortênsias. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Gramado, 2016.

<sup>27</sup> GRAMADO, CANELA e Região das Hortênsias Convention & Visitors Bureau. **A entidade**. (2015). Disponível em: <<http://www.conventionbureau.com.br/novo-a-entidade/>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2016.

<sup>28</sup> Ibid.

eventos. O nosso papel é trazer o evento para a região e apresentar toda a estrutura disponível.<sup>29</sup>

A Associação Comercial Industrial de Nova Petrópolis (ACINP) é entidade que fomenta projetos e atividades de desenvolvimento turístico local, com base no objetivo estratégico de que o turismo é catalizador de negócios e otimiza a economia do município.<sup>30</sup> O Fundo de Turismo é departamento da ACINP que “trabalha em prol do desenvolvimento turístico de Nova Petrópolis, através da parceria público-privada”.<sup>31</sup>

A regionalização do turismo, promovida pela Secretaria Municipal de Turismo de Nova Petrópolis, junto às entidades regionais e à comunidade, é por meio de esforços para diversificar a oferta visando à expansão da territorialidade dos atrativos e serviços. O envolvimento dos atores sociais, pelas entidades, no reordenamento geográfico, consiste no caráter hospitaleiro e na capacidade de propiciar vivências, seguindo os princípios de sustentabilidade. A regionalização vai além da organização dos atrativos e supera mentalidades de individualismo.<sup>32</sup>

## ASPECTOS HISTÓRICOS E TURÍSTICOS DE NOVA PETRÓPOLIS

Nova Petrópolis é um dos municípios do Rio Grande do Sul historicamente intituladas de colônias provinciais. Como grande parte das demais localizadas na região sul, suas terras eram extremamente disputadas; o que retardou parte do desenvolvimento e povoamento em escala regional, se compara do ao sudeste e ao nordeste do Brasil.<sup>33</sup>

Somente com a independência, em 1822, a coroa portuguesa passou a investir na divulgação, buscando atrair imigrantes de diversos lugares da Europa, para povoar o

<sup>29</sup> STUANI, Régis. Captador de Eventos do Gramado, Canela e Região das Hortênsias Convention & Visitors Bureau. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Gramado, 2016.

<sup>30</sup> NOVA PETRÓPOLIS, Associação Comercial e Industrial. **Relatório de atividades 2013 - 2014**. Nova Petrópolis, 2015.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> PAULUS, Beatriz. **A experiência da A tua serra no desenvolvimento turístico da Região da Uva e Vinho (Serra Gaúcha)**. Disponível em: [http://www.bing.com/search?q=A+EXPERI%C3%80NCIA+DA+ATUASERRA+NO+DESENVOLVIMENTO+TUR%C3%80STICO+DA+REGI%C3%80+UVA+E+VINHO+\(SERRA+GAU%C3%80CHA\)&form=IE10TR&src=IE10TR&pc=MASAJS](http://www.bing.com/search?q=A+EXPERI%C3%80NCIA+DA+ATUASERRA+NO+DESENVOLVIMENTO+TUR%C3%80STICO+DA+REGI%C3%80+UVA+E+VINHO+(SERRA+GAU%C3%80CHA)&form=IE10TR&src=IE10TR&pc=MASAJS)>. Acesso em: 15 de janeiro de 2016.

<sup>33</sup> NOVA PETRÓPOLIS, Prefeitura Municipal. Disponível em: <http://www.novapetropolis.rs.gov.br/historico.php>>. Acesso em: 07 de fevereiro de 2016.

Sul do Brasil. Tal medida motivou a vinda de italianos e alemães, majoritariamente, em decorrência do clima semelhante a os seus lugares de origem e à desestabilização (conflitos e revoluções) pela qual passava todo o seu continente europeu.

As regiões, que eram consideradas espaços vazios, passaram a atender o objetivo imediato de povoação. O objetivo do governo imperial era obter, pela oficialização de províncias (como a de Nova Petrópolis) em colônias, uma população voltada para a produção agrícola; assim, instigando-a a se desenvolver economicamente.<sup>34</sup>

Nova Petrópolis foi fundado em 7 de setembro de 1858, com o término da Revolução Farroupilha. O fim dos conflitos possibilitou a retomada dos projetos de imigração e colonização do Império, atribuindo-se à nova colônia um nome que homenageava o destino de férias da família imperial, a "Real cidade de Petrópolis", localizada no Rio de Janeiro.<sup>35</sup>

Nos anos de 1860, 1872 e 1880, o povoamento de Nova Petrópolis foi mais significativo, devido às guerras napoleônicas, ao processo de industrialização e explosão demográfica na Europa. Os imigrantes vinham de diversas partes do continente, como Boêmia, Holanda, Hamburgo, Dinamarca, Polônia, Rússia e Alemanha. E, apesar de pertencerem a várias nacionalidades, eles encontraram um modo de organização dos sistemas educacionais e religiões muito similares ao que haviam deixado em seus países.<sup>36</sup>

Em 1924, o espírito associativo de formar sociedades - muito presente na cultura germânica – releva a facilidade com que 230 sociedades coloniais e de cidades do Rio Grande do Sul conseguiram a se integrar, reunir e reconstruir o próprio mundo cultural teuto-brasileiro através de igrejas, escolas e associações. Assim, a

---

<sup>34</sup> SCHOMMER, Lucian e Roseli; GUTERRES, Lilian e Stanisçuaski. O Festival de Folclore de Nova Petrópolis e o Grupo de Danças Folclóricas Böhmerland: construindo memórias. **7º Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Anais. Caxias do Sul, 2012. Disponível em: [http://www.ucs.br/ucs/tplVSemTur%20eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/gt02](http://www.ucs.br/ucs/tplVSemTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt02). Acesso em: 03 de janeiro de 2016.

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Ibid.

especificidade no processo cultural demonstrou ser de elementar importância para transformar Nova Petrópolis no que é hoje.<sup>37</sup>

O município é modelo no incentivo e na tomada de iniciativas no campo do associativismo; conquistou o título de Capital Nacional do Cooperativismo, o que contribui para o sentimento de pertencimento dos moradores locais e para e atrair visitantes.<sup>38</sup>

Turisticamente, o município destaca-seno segmento da cultura pela “expressiva manifestação germânica em seus atrativos e pela preocupação com a preservação cultural, que se manifesta nos eventos, nos roteiros turísticos, na gastronomia e no artesanato”.<sup>39</sup>

O município tem oferta turístico-cultural significativa:

Seis museus históricos; sessenta e um corais; quatorze bandinhas típicas; nove bandas de rock; nove grupos instrumentais; oito grupos de danças folclóricas alemãs (adultos); dez grupos de danças folclóricas alemãs (infantis) e um grupo de dança folclórica alemã da melhor idade; seguem-se um grupo de danças gauchescas; dois grupos de artes marciais; três grupos de danças contemporâneas; dois grupos de teatros; uma banda municipal; uma orquestra de sopros; uma biblioteca pública municipal; outra biblioteca com unitária e, um arquivo histórico.<sup>40</sup>

A história do turismo local iniciou-se antes mesmo de o município estabelecer uma infraestrutura urbana receptiva. As belezas naturais da cidade, as condições climáticas da região, as festas oriundas da herança cultural germânica e a gastronomia local passaram a atrair cada vez mais os veranistas provenientes de Porto Alegre (capital do estado), que, em Nova Petrópolis, se alojavam nas instalações residenciais para visitantes.<sup>41</sup>

Durante as décadas de 1920 e 1930, as estradas de acesso foram expandidas, e surgiram os primeiros restaurantes, além das pensões. Tais melhorias

<sup>37</sup> NOVA PETRÓPOLIS, Prefeitura Municipal. Disponível em: <http://www.novapetropolis.rs.gov.br/historico.php>. Acesso em: 07 de fevereiro de 2016.

<sup>38</sup> SCHOMMER, Lucian e Roseli; GUTERRES, Lilian e Stanisquaski. O Festival de Folclore de Nova Petrópolis e o Grupo de Danças Folclóricas Böhmerland: construindo memórias. **7º Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL**. Anais. Caxias do Sul, 2012.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Ibid.

foram impulsionadas pela valorização e dinamização do turismo estadual, com a criação da Varig (1927), do Touring Club do Rio Grande do Sul (1935), da primeira Festa da Uva (1931) e da Exposição do Centenário Farroupilha (1935).<sup>42</sup>

Com parte dos investimentos privados voltados para o setor do turismo, a Prefeitura de Nova Petrópolis deu início a uma série de realizações, exaltando a cultura e a atratividade turística, como o Labirinto Verde (Praça das Flores), o Parque Aldeia do Imigrante e o Festival Internacional do Folclore. Na década de 1980, o município assumiu protagonismo turístico no contexto regional.<sup>43</sup>

A cidade oferece 1.498 leitos em 33 empreendimentos hoteleiros e cerca de 48 estabelecimentos gastronômicos, na cidade, além de dezenas de malharias e estabelecimentos comerciais, em cenário de arquitetura e de cultura dos descendentes de imigrantes germânicos. Com 58 anos de emancipação e 154 de povoamento, sua população é de aproximadamente 19.045 habitantes. O índice de desenvolvimento humano (IDH) é 0,847 (8º lugar do Rio Grande do Sul e 41º do Brasil).<sup>44</sup>

Com a finalidade de reunir dados sobre a história de Nova Petrópolis, o método de pesquisa é qualitativo e descritivo. Os procedimentos foram: observação direta (dos atrativos turísticos e de suas inter-relações com a sociedade (*in loco*)); pesquisa documental dos registros histórico-culturais; entrevistas semiestruturadas com operadores e agentes de viagens e turismo de São Paulo (SP) e de Nova Petrópolis (RS), com gestores das organizações do destino (Secretaria do Turismo, Associação Comercial Industrial (ACINP) e Fundo do Turismo e empresas locais de hospedagem e de alimentação) e com as direções das duas principais entidades da Região das Hortênsias, Sindicato da Hotelaria e Restaurantes e Gramado, Canela e Região Convention & Visitors Bureau.<sup>45</sup>

As operadoras, Atlantis Viagens e Turismo, CVC Viagens, Abreu Turismo e Tam Viagens, de São Paulo (SP), e Zeppelin Turismo, de Nova Petrópolis (RS),

---

<sup>42</sup> SCHOMMER, Lucian e Roseli; GUTERRES, Lilian e Stanisquaski. O Festival de Folclore de Nova Petrópolis e o Grupo de Danças Folclóricas Böhmerland: construindo memórias. **7º Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL**. Anais. Caxias do Sul, 2012.

<sup>43</sup> SCHOMMER, Luciane Roseli. Turismo no Rio Grande do Sul: a presença histórica em Nova Petrópolis. **Revista Rosa dos Ventos**. Vol. 1, n. 6(2), Abr-Jun, 2014, p.294-305.

<sup>44</sup> NOVA PETRÓPOLIS, Prefeitura Municipal. Disponível em: <http://www.novapetropolis.rs.gov.br/historico.php>. Acesso em: 03 de março de 2016.

<sup>45</sup> LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003, p. 258.

foram destacadas para as entrevistas com seus gestores, em razão de sua representatividade no mercado e de comercializarem o destino (contexto deste estudo) em suas ofertas de pacotes e roteiros de viagens e turismo.

As entrevistas semiestruturadas possibilitam, ao pesquisador, “coletar dados objetivos e subjetivos” por meio de questões (temáticas) focalizadas nos objetivos da pesquisa.<sup>46</sup> A observação direta é a técnica de coleta de dados e informações sobre determinados aspectos da realidade. O método qualitativo é em razão do interesse em visualizar o contexto, social, econômico, cultural, político e turístico. O fenômeno estudado é melhor compreendido e “pode conferir redirecionamento da investigação, com as vantagens em relação ao planejamento integral e prévio de todos os passos da pesquisa”<sup>47</sup>

Os objetos da pesquisa documental são de fontes primárias, ou secundárias.<sup>48</sup> Os documentos de fonte primária são os de primeira mão, encontrados em arquivos públicos ou particulares, que abrangem todos os materiais de veículos de informação para o trabalho científico. Os documentos, como fonte de pesquisa, auxiliam na elucidação das informações, indicações e esclarecimentos de possíveis questões e de provas para outras, conforme o interesse do pesquisador.<sup>49</sup> Os dados secundários evidenciam-se nos livros, revistas, jornais publicações avulsas e teses, cuja autoria é conhecida.

Desde 1858, quando os primeiros colonizadores chegaram em Nova Petrópolis e ali fixaram morada, a herança germânica preserva-se nos costumes e nas tradições da cultura local.

Nova Petrópolis se caracteriza pela cultura da imigração alemã. Nós temos isso muito presente ainda em função das atividades de

<sup>46</sup> BONI, Valdete; QUARESMA, Silvia J., Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. In: **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia política da UFSC**. Vol.2 n.1(3), jan-jul, 2005, p.68-80. Disponível em: <[http://www.emtese.ufsc.br/3\\_art5.pdf](http://www.emtese.ufsc.br/3_art5.pdf)>. Acesso em: 14 de março de 2016.

<sup>47</sup> NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.1, n.3, 1996, p.3. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2016.

<sup>48</sup> LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003, p. 258.

<sup>49</sup> SÁ-SILVA, Jackson R.; ALMEIDA, Cristóvão D. de; GUINDANI, Joel Felipe. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**. Vol. 1, n.1 (1), Jul, 2009, p. 5. Disponível em: <[http://www.rbhcs.com/index\\_arquivos/artigo\\_pesquisa%20documental.pdf](http://www.rbhcs.com/index_arquivos/artigo_pesquisa%20documental.pdf)>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2016.



bandinhas típica, corais, grupos de dança e isso, graças a muito tempo que nós ficamos isolados e a gente sem querer preservou. [...] eu enxergo hoje que, culturalmente, foi muito positivo isso.<sup>50</sup>

Com a melhoria da infraestrutura urbana e investimentos em divulgação turística das cidades vizinhas – como Canela e Gramado - a comunidade de Nova Petrópolis sentiu-se motivada a manter e a preservar a sua identidade; utilizando-a como chamariz (diferencial) para os turistas.

As pessoas vêm em busca disso. Elas pensam em Nova Petrópolis e no imaginário delas hoje já significa cultura alemã. Então as flores, as ruas limpas, a comunicação em alemã que é espontânea. Então eu penso que a colaboração de Nova Petrópolis sem dúvida é em função da cultura que ainda está preservada. [...]. Essa identidade em Nova Petrópolis a gente ainda consegue perceber.<sup>51</sup>

A Praça das Flores e o Parque Aldeia do Imigrante são os atrativos mais visitados.



A Praça das Flores, junto ao labirinto, é uma proposta diferenciada dos demais municípios da região. Ela chama atenção justamente pelas flores e o Labirinto Verde não deixa de ser instigante para todos os tipos de idade porque o objetivo é chegar no centro; ao mesmo tempo que ele te impele a procurar, ele te coloca o desafio de como fazer para atingir o centro. E o Parque Aldeia do Imigrante não deixa de ser o espaço na onde a gente tenta passar como foi o início da colonização aqui na região, então a ideia da primeira aldeia: a proposta da primeira igreja, escola, ferraria, o salão de baile enfim de como se formataram as primeiras aldeias históricas que se tornaram distritos ou até a própria sede do município. O que se procurou preservar no Parque Aldeia do Imigrante é que a casa de técnicas de construção enxaimel elas estão distribuídas no município, o que se procurou era justamente reconstruir para que as pessoas conseguissem vislumbrar uma maneira até de preservar [...]. A partir do momento que a gente conseguiu colocar isso dentro de um espaço e o turista começou a visitar e sair fotografias, as pessoas que tinham casas nas localidades se sentiram fortalecidas e começaram a proteger também o seu bem histórico, porque elas viram que isso tinha uma importância, não só uma casa velha, mas de uma importância histórica.<sup>51</sup>

Nova Petrópolis é bem particular, ela criou uma identidade de não se equiparar com outra cidade tanto pela cultura alemã que eles têm. Eles têm projetos muito bacanas e eventos muito culturais. Durante toda uma temporada, eles têm vários eventos de diversos segmentos. A parte cultural deles é fantástica: tantos os atrativos que eles fazem para o público sem cobrar, que são culturais mesmo, nas praças.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> HAAS, Terezinha. Ex-Secretária de Turismo de Nova Petrópolis. Proprietária da agência Zepelin Turismo. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>51</sup> HAAS, Terezinha. Ex-Secretária de Turismo de Nova Petrópolis. Proprietária da agência Zepelin Turismo. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>52</sup> CARDOSO, Tiago B. Sindicato de Hotéis da Região das Hortênsias. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

Como município fundado majoritariamente por alemães da Pomerânia, da Saxônia, da Boêmia e do Hunsruck, Nova Petrópolis tem, na sua formação étnica e nos seus anos de autopreservação, muitas manifestações culturais de cada um desses grupos de imigrantes.

O canto coral, as danças, as festas tradicionais como o Kerb (patrono da igreja), o Schutzenfest (Tiro ao Alvo), as Blaskapellen (bandinhas), o bolão, a religião, além de toda a tradição vivida em sua terra até os dias de hoje. A origem particular dos imigrantes e a distância de centros mais desenvolvidos contribuíram para que a população conservasse suas tradições até os dias de hoje em festas como o Kerb, Bailes do Tiro Rei, e o Bolão e o Festival do Folclore.<sup>53</sup>

O Festival Internacional do Folclore é um dos eventos municipais mais bem-sucedidos. A valorização das tradições e dos costumes dos antepassados, durante o período do evento, ressalta ainda mais a sua importância cultural, perante as diferentes identidades da região, de outras cidades gaúchas, dos outros estados do Brasil e de outros países, cujos representantes realizam intercâmbio artístico-cultural. Desde 1973, o evento atrai vários grupos folclóricos, que enriquecem culturalmente a festa.<sup>54</sup>



O destino turístico hoje, a pessoa compra a Serra Gaúcha e dentro da Serra Gaúcha existem diversos municípios e entre eles, Nova Petrópolis. O destino turístico não é compreendido como vou visitar tal município ou vou visitar uma região. E Nova Petrópolis faz parte desse grupo de municípios já visitados como destino e não mais como ponto de passagem como foi a muitos anos.<sup>55</sup>

O principal meio pelo qual os turistas chegam é através de operadoras, então é feito um trabalho conjunto com elas em todo o Brasil. São os turistas então que buscam a região das Hortênsias e acabam vindo pra cá e fazem Nova Petrópolis, Gramado e Canela e a região Uva e Vinho. E tem um público muito fiel que é da região metropolitana de Porto Alegre, que chegam aqui por mídias diversas como jornal e TV Bandeirantes. Então é estar dentro da região das Hortênsias, da rota Romântica. Hoje já não se busca uma divulgação forte porque quando se fala em Serra já se tem a assimilação de Gramado, Canela e Nova Petrópolis.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> HEYLMANN, Célia W. **Nova Petrópolis/RS. Perfil Socioeconômico**. Nova Petrópolis, 2013.

<sup>54</sup> GUIA DE NOVA PETRÓPOLIS. **Nova Petrópolis**, 2015.

<sup>55</sup> HAAS, Terezinha. Ex-Secretária de Turismo de Nova Petrópolis. Proprietária da agência Zepelin Turismo. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>56</sup> SANTOS, Rodrigo. Secretário Adjunto de Turismo de Nova Petrópolis. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

“O boca-a-boca é ainda a maior e a mais importante forma de divulgação”.<sup>57</sup> A qualidade no atendimento é diferencial da hospitalidade em Nova Petrópolis. O destino é amplamente associado à cultura da imigração alemã e ao jardim natural, caracterizações que o tornam diferenciado na Serra Gaúcha. Logo. Os pacotes turísticos e os roteiros regionais contemplam os passeios ao Parque Aldeia do Imigrante, ao Labirinto Verde (Praça das Flores) e o jantar com show de danças típicas. “São as operadoras que divulgam, e quando as pessoas vêm aqui a gente oferece, normalmente o pacote já está montado para Gramado ou Canela e, no destino, o cliente opta por contratar serviços locais”.<sup>58</sup>

A hospedagem é em Gramado ou Canela, sendo que os nossos clientes vão em grupos de 40 a 50 pessoas. Na verdade a CVC não freta, ela faz um voo regular de bloqueio de 40 a 50 lugares para as Serras Gaúchas. Então tem o básico que é Gramado e Canela, a gente vai até Porto Alegre e o guia leva até Gramado e só faz os passeios em Gramado e Canela ou também Nova Petrópolis, Bento Gonçalves caso o cliente queira. Normalmente esses passeios Nova Petrópolis e Bento Gonçalves tem a opção do cliente optar por ficar lá o dia inteiro também e guia oferece passeio para ficar lá o dia inteiro.<sup>59</sup>

Nova Petrópolis é apresentada, também, como opção de passeio turístico de quatro a seis horas, até um dia de visitação. A Aldeia do Imigrante que conta a história dos imigrantes alemães, visitar uma das propriedades rurais, que mostra a história de famílias alemãs (que é o ponto que a CVC oferece para o cliente se ele quiser ficar um dia inteiro), malharias que são uma das principais fontes de renda do município e voltadas para quem quer fazer compras e também tem o Labirinto Verde, que é encontrar o caminho para o centro e o retorno para a praça.<sup>60</sup>

O turista tem a oportunidade de conhecer “o nosso destino europeu dentro do Brasil [...] quando chega em Gramado, Canela, Nova Petrópolis e Bento Gonçalves. A Serra Gaúcha tem “aquele charme”, que conquista casais, jovens, idosos e famílias”.<sup>60</sup>

Nova Petrópolis é forte atrativo turístico, mas que ainda é pouco explorado. Na maioria dos pacotes é utilizado como passeio opcional

---

<sup>57</sup> HOFFMAN, Jonas. Proprietário da Pousada Vila Rica. **Entrevista concedida aos pesquisadores.** Nova Petrópolis, 2016.

<sup>58</sup> JUNIOR, Antônio B. Alves. Atlantis Viagens e Turismo (São Paulo-SP). **Entrevista concedida aos pesquisadores.** São Paulo, 2016.

<sup>59</sup> SANTOS, Michelle S. CVC Viagens (São Paulo-SP). **Entrevista concedida aos pesquisadores.** São Paulo, 2016.

<sup>60</sup> SANTOS, Michelle S. CVC Viagens (São Paulo-SP). **Entrevista concedida aos pesquisadores.** São Paulo, 2016.

de meio dia ou dia inteiro. Falta um pouco mais de divulgação e investimento não só em Nova Petrópolis bem como outros municípios como Picada Café e São Francisco de Paula. Podemos tomar como exemplo, Gramado e Canela, que são mais procurados quando falamos das Serras Gaúchas.<sup>60</sup>

“Por não haver muita divulgação não há muita procura por atrativos em Nova Petrópolis. Sempre permanecendo no senso comum o City Tour em Gramado e Canela com compras em Nova Petrópolis”.<sup>61</sup>

Nas duas vezes que eu fui para lá [...] esse passeio por Nova Petrópolis é a noite. Eu fui na Churrascaria que eu não conhecia e que é uma atração. Teve o café colonial ali, mas o forte foi a comida típica alemã. O passeio a noite por Nova Petrópolis é o pessoal da Brocker (terceirizada) que leva a gente pra fazer. [...] A própria Brocker faz uma parceria com a Tam para divulgar a Serra Gaúcha.<sup>62</sup>

Em 2014, a Brocker Turismo realizou a premiação do Troféu Infinito, na 26ª Festuris, que elegia as 15 operadoras que mais comercializaram a Serra Gaúcha com a agência de viagens e receptivo e, notavelmente, a Tam Viagens (São Paulo - SP) conquistou o primeiro lugar no *ranking*.<sup>63</sup> Para tanto, a Brocker oferece estrutura de apoio com venda de passeios, *ticketsbustour* e central de ingressos para diversos parques, espetáculos e atrações da Região das Hortênsias.<sup>64</sup>

Nova Petrópolis insere-se nas programações: Pacotes Serra Gaúcha Tradicional, Tour Nova Petrópolis e Compras (Aldeia do Imigrante, Parque Esculturas Pedras do Silêncio, Armazém da Rosa Mosqueta, Labirinto Verde e Praça das Flores), Noite Alemã e Tour Cervejarias da Serra. As agências e operadoras da Região das Hortênsias costumam oferecer programações mais específicas e com certa flexibilidade para fruição dos serviços locais.

Os nossos pacotes não são engessados, conforme o tipo de cliente nós vamos formatando: se é cliente família, a gente tenta montar um tipo de roteiro; se é com crianças pequenas; com pessoas de mais idade; então eles são propostas não engessadas e isso é até difícil do próprio

---

<sup>61</sup> LIMA, João. Abreu Turismo (São Paulo – SP). **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>62</sup> ALMEIDA, Gláucia. Abreu Turismo (São Paulo – SP). **Entrevista concedida aos pesquisadores**, 2016.

<sup>63</sup> TRAVEL3. Brocker Turismo premia operadoras brasileiras. Disponível em: <<http://www.travel3.com.br/noticia.php?brocker-turismo-premia-operadoras-brasileiras-3309>>. Acesso em: 04 de janeiro de 2016.

<sup>64</sup> Ibid.

turista entender porque ele quer saber o que ele vai fazer e de início não tem ideia de que tudo vai acontecer, só que em outra ordem. A gente sente que ele fica angustiado justamente porque não damos a coisa pronta, mas não, existem várias possibilidades dentro de um roteiro. Então conforme eu posso fazer paradas como simplesmente uma passagem. Então se eu entendo que é o tipo de pessoa que gosta de coisas de cultura eu tento aprimorar um pouco mais nessa área; se são pessoas que gostam mais de fotografia a gente tenta levar eles nos lugares mais fotogênicos. A gente tenta fortalecer a imagem daquilo que o cliente possa aproveitar mais. Vai depender daquilo que a pessoa está com vontade de ver ou o que já conhece. Em Nova Petrópolis nós temos o roteiro Alemães do Sul, o roteiro do Cooperativismo e etc. A gente trabalha também com a região da Uva e do Vinho, Gramado e Canela, região dos Aparados (Itamenbezinho).<sup>65</sup>

O turista é estimulado a tomar decisões quanto ao que deve ou não ser visitado e ele compõe seu roteiro com orientação do consultor de viagens e turismo. As características culturais de Nova Petrópolis são complementares. “Tal fato (de uma cidade complementar à outra) faz da Região das Hortênsias, uma região bastante interessante. Se tu vieses de São Francisco de Paula e passar por toda a Região das Hortênsias, tu vai ter uma característica muito forte de cada uma”.<sup>66</sup>



Nós temos a comparação também com alguns locais de serra e da Europa. Nova Petrópolis, nos últimos anos, ganhou um patamar muito interessante no turismo, ela é uma cidade pequena, ela tem muitos reflexos de Gramado e Canela, com certeza, mas ela vem buscando seu espaço através de uma gama muito grande de eventos, uma rede hoteleira qualificada, normalmente, com atendimento familiar, uma gastronomia diversificada, com várias opções, desde comida típica alemã, até os pratos tradicionais gaúchos, ou então, outras cozinhas mundiais e, também, um ponto, que eu acho principal, é a questão da tranquilidade. Então, juntando a rede hoteleira, a gastronomia, e o bem-estar da cidade com um custo abaixo dos municípios como Gramado e Canela, Nova Petrópolis vem crescendo e não deixa de atender com qualidade. Nova Petrópolis já tem um turismo próprio, das pessoas que vêm buscar nossa cidade e o que ela oferece e acaba se deslocando para Gramado e Canela e para a região Uva e Vinho. E também tem aquele público que busca Gramado e Canela, mas acaba conhecendo Nova Petrópolis e futuramente voltando. Então esse local tranquilo que as pessoas encontram e que acabam tornando Nova Petrópolis um local diferente, e a importância que hoje temos também é resultado do trabalho conjunto que nós temos com Gramado e Canela. Nós sabemos que durante a alta temporada, como do Natal

---

<sup>65</sup> HAAS, Terezinha. Ex-Secretária de Turismo de Nova Petrópolis. Proprietária da agência Zepelin Turismo. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>66</sup> STUANI, Régis, Captador de eventos do Gramado, Canela e Região Convention & Visitors Bureau. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

Luz, Nova Petrópolis serve de apoio na questão da rede hoteleira e gastronômica. Hoje também sabemos que, dificilmente, o turista fica numa única cidade: ele acaba sempre se deslocando de uma cidade a outra, então, é dessa forma que trabalhamos como região, divulgando as hortênsias acaba, então, favorecendo Nova Petrópolis, Gramado e Canela.<sup>67</sup>

Quanto à regionalização:

Através dela nós temos o departamento de gastronomia, nós temos o departamento da rede hoteleira, departamento de comércio, artesanato. Então, eles trabalham em conjunto para melhorar o atendimento, qualificar esse atendimento, de que forma fazer a divulgação desses empreendimentos. Juntos a esses departamentos, nós temos o Fundo de Turismo e o Conselho, então ali se juntam todos esses órgãos, a parte civil e a pública (prefeitura), e ali são debatidos todos os temas; a forma como vai ser dado o turismo de Nova Petrópolis. Dessa forma foi construído o plano de turismo, que rege como seguir ordenadamente o turismo na nossa cidade. Existem também outras redes que já trabalham a região como o Sindicato da Hotelaria, com base em Gramado e que liga os demais municípios e faz a divulgação também. O Sindicato acaba sendo o grande guarda-chuva, e a ACINP e as associações acabam servindo de apoio.<sup>68</sup>

Tal afirmação releva a importância da integração entre as cidades da Serra Gaúcha (em especial as da Região das Hortênsias), por meio do reconhecimento dos valores turístico-culturais. Gramado e Canela, polos receptivos, expandem a diversidade de suas ofertas de lazer. Em Nova Petrópolis, destaca-se a herança, marcadamente germânica, na gastronomia, nos costumes, na hospitalidade, nos eventos e na criação dos seus atrativos.

Desde o início do processo de “turistificação” da região das Hortênsias, Nova Petrópolis tem se posicionado, por meio do turismo, que preserva a cultura dos ancestrais germânicos e de seus descendentes. A regionalização turística da Serra Gaúcha possibilitou que Nova Petrópolis obtivesse apoios intermunicipais, na identificação de suas potencialidades. Com a organização dos seus atrativos culturais, o esforço da sociedade realizou projetos e atividades que diferenciam o município no contexto regional.

Os diferenciais de Nova Petrópolis contribuem, significativamente, para que a Região das Hortênsias seja um dos principais destinos de turismo do sul do país. A

---

<sup>67</sup> SANTOS, Rodrigo. Secretário Adjunto de Turismo de Nova Petrópolis. **Entrevista concedida aos pesquisadores**. Nova Petrópolis, 2016.

<sup>68</sup> Ibid.

originalidade com que o municípios e apresentam o mercado, como destino singular da Serra Gaúcha, é em razão da hospitalidade, da gastronomia, das paisagens e dos atrativos culturais. São alguns de seus atributos, que se constituem, também, em vantagens competitivas, no contexto da demanda turística. Com o título de Jardim da Serra Gaúcha, a cidade é reconhecida, também, como Capital Nacional do Cooperativismo.

Sua oferta de serviços e de atrativos é divulgada e comercializada em pacotes das agências regionais e pelas operadoras de São Paulo, juntamente com a oferta turística de Gramado e Canela. As organizações associativas da Região das Hortênsias, como o Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares, o Gramado, Canela e Região Convention & Visitors Bureau e a Associação Comercial Industrial de Nova Petrópolis (ACINP), representam a cooperação entre as empresas do setor privado em parceria com os poderes públicos municipais, para o desenvolvimento turístico regional.

Nova Petrópolis, outrora lugar de passagem, destaca-se tanto como destino exclusivo quanto como parte do roteiro da oferta turística de Gramado, Canela e da Região das Hortênsias. Suas identidades culturais manifestam-se como atrativos materiais e imateriais. O Labirinto (Praça das Flores), o Parque Aldeia do Imigrante e o Festival Internacional do Folclore representam a valorização turístico-cultural, destacando-se a autoestima e o bem-estar da comunidade. O interesse da população do município é fundamental para o planejamento e para a gestão democrática e participativa do turismo em escala municipal e em instâncias de governança regional.

A importância de Nova Petrópolis, como destino turístico-cultural, no contexto da Região das Hortênsias (Serra Gaúcha – RS) é em razão da preservação da identidade da cultural local, por meio dos atrativos (patrimônios materiais) como o Parque Aldeia do Imigrante e na realização de eventos (como o Festival Internacional do Folclore), que valorizam a herança germânica. A Prefeitura de Nova Petrópolis atua em parceria com a Associação Comercial e Industrial de Nova Petrópolis (ACINP). A cooperação é essencial, conforme constatou-se pela análise documental, pela observação direta e pelas entrevistas com seus atores.

As entrevistas mostram que o Sindicato de Hotelarias e Restaurantes e o Convention & Visitors Bureau reconhecem a riqueza da oferta e o potencial turístico-culturais de Nova Petrópolis, bem como a qualidade de seus serviços e de sua

infraestrutura, em relação a Gramado e Canela, e a relevância de seu calendário de eventos.

Nova Petrópolis é comercializada no conjunto da oferta regional pelas agências locais, em razão de sua cultura diferenciada e do interesse dos turistas por seus atrativos autênticos. As operadoras e agências de viagens e turismo de São Paulo (SP) comercializam o destino Serra Gaúcha, destacando Gramado e Canela. Por um lado, reconhecem os segmentos da oferta de Nova Petrópolis - compras, turismo rural, eventos, parques e patrimônios histórico-culturais - que constituem o seu diferencial competitivo e confirmam sua potencialidade e importância como destino turístico-cultural na Região das Hortênsias (Serra Gaúcha, RS). Por outro lado, enfatizam a necessidade de implementação de mais estratégias de marketing, como maior divulgação, a fim de consolidar o município como destino com posicionamento turístico equivalente a Gramado e Canela, ainda que já seja contemplada como parte da programação de vários roteiros na Serra Gaúcha.

Em razão da análise da experiência histórica e cultural do turismo de Nova Petrópolis, o presente estudo contribui para reflexões sobre a importância da valorização dos patrimônios culturais, materiais e imateriais, a cooperação entre as organizações públicas e privadas da atividade e sobre as estratégias de projeção da imagem cultural do destino, para o planejamento e a comercialização da oferta turística regional.

**RECEBIDO EM: 23/05/2016**

**APROVADO EM: 13/10/2016**