

CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE

CRISTIANE RAUBER

COMPLEXO ENOTURÍSTICO

Novo Hamburgo
2010

CRISTIANE RAUBER

COMPLEXO ENOTURÍSTICO

Trabalho de Conclusão sobre Complexo
Enoturístico, realizado na disciplina de
Pesquisa do Trabalho Final de Graduação
do Curso de Arquitetura e Urbanismo pela
Universidade Feevale

ORIENTADORAS:
ALESSANDRA MIGLIORI DO AMARAL BRITTO
ANA CAROLINA SANTOS PELLEGRINI
LUCIANA NÉRI MARTINS
LEANDRO MANENTI

Novo Hamburgo
2010

Um vinho pode ser seco, suave, redondo, macio, adstringente, intenso, ter aromas frutados, notas herbáceas, combinar ou não com alguns pratos, etc., enfim, uma série de códigos podem identificar um apreciador e distingui-lo no meio social. (VALDUGA, 2007)

DEDICATÓRIA

À Deus por permitir que eu chegasse até aqui, à minha família, namorado e amigos, pela paciência e companheirismo que demonstraram ao longo dessa caminhada. A vocês, todo meu amor e respeito.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Feevale, pela experiência e qualidade do ensino. Aos professores orientadores, Alessandra Migliori do Amaral Britto, Ana Carolina Santos Pellegrini, Luciana Néri Martins e Leandro Manenti, pela paciência e dedicação. Aos pais Roque e Teresinha, pelos ensinamentos e incentivos, à irmã Scheila na qual sempre me apoiou e ao namorado pelo incentivo, compreensão e amor. Aos grandes amigos conquistados, Amanda, Renata, Stefania e Vinícius, meu muito obrigada.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1. O TEMA	8
1.1. JUSTIFICATIVA.....	8
1.2. O QUE É ENOTURISMO	12
1.3. HISTÓRICO DO VINHO.....	14
2. O CONTEXTO URBANÍSTICO.....	18
2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO.....	18
2.2. VIAS DE ACESSO.....	21
2.3. HIDROGRAFIA.....	22
3. O LOTE	24
3.1. DESCRIÇÃO GERAL, POTENCIAIS E LIMITAÇÕES DA ÁREA	24
3.1.1 Situação, demandas e tendências.....	24
3.1.2.Localização.....	36
3.2. 3.Caracterização climática.....	37
3.3. 4.Uso do solo e atividades existentes.....	38
3.4. 5.Vegetações existentes.....	39
4. CONDICIONANTES LEGAIS	41
4.1. REGIME URBANÍSTICO	41
4.2. CÓDIGO DE EDIFICAÇÕES.....	41
4.3. LEIS PERTINENTES	41
5. REFERÊNCIAS FORMAIS	42
6. MATERIAIS E TÉCNICAS CONSTRUTIVAS	49
7. PROJETO ANÁLOGO.....	51
8. OBJETIVOS DA PROPOSTA	60
8.1.METODOLOGIAS E INSTRUMENTOS DE TRABALHO.....	62
8.2.CONCEITO DA PROPOSTA.....	62
8.3.PROGRAMA DE NECESSIDADES	63
8.4.HIPÓTESES DE OCUPAÇÃO DO TERRENO	66
8.4.1.Zoneamento	67
CONCLUSÃO.....	69
REFERÊNCIAS.....	70
ANEXO A – CÓDIGO DE EDIFICAÇÕES DO MUNICÍPIO DE ALTO FELIZ	73

INTRODUÇÃO

A pesquisa de Trabalho Final de Graduação tem como objetivo aprimorar o conhecimento sobre o tema proposto, através de leituras, estudos de casos e viabilidades. Analisar, portanto, aspectos consideráveis para a elaboração de um projeto arquitetônico no local, bem como a importância sócio-cultural para o município.

O projeto será localizado no município de Alto Feliz, no estado do Rio Grande do Sul. O Complexo Enoturístico terá como principal objetivo buscar uma “marca” regional, tornando-o uma identidade e imagem para a microrregião, enfim, transformá-lo em marco referencial.

A oferta enoturística destacará o vinho como um atrativo cultural, pois nisto se concentram a história de um rico povo, trazendo uma releitura da tradição e evolução destes povos, além de considerar o vinho um patrimônio cultural.

A proposta de Trabalho Final de Graduação compõe-se desde análises do entorno e fluxo viários, viabilidade da implantação até o programa de necessidades e prováveis inserções no lote.

Desta forma, a proposta busca infinitamente a integração do visitante ao meio natural presente no local e ao tema forte da pesquisa: o vinho, buscando, portanto, este elo entre ambos.

1. O TEMA

1.1.JUSTIFICATIVA

Atualmente, o turismo demonstra um crescimento desembaraçado, devido ao incentivo de entidades e governos que apontam a grandiosidade desta atividade e os inúmeros benefícios sucedidos do turismo. Órgãos governamentais têm divulgado o turismo como um recurso para remediar o subemprego em áreas economicamente desfavorecidas, colaborando e elevando o status do governo, pois política e economicamente torna-se atraente para estes órgãos públicos, justamente por dar a impressão de estar produzindo resultados a partir de iniciativas políticas em um curto prazo de tempo em termos de números de visitantes ou até mesmo a geração de empregos. (HALL, 2001)

Afirma-se ainda que o turismo é significativo não apenas pela sua grandiosidade econômica ou pelo número de visitantes ou empregos que elevam o rendimento do município, mas devido ao impacto que esta atividade exerce nas comunidades, nas suas rotinas cotidianas ou na forma que são influenciadas pelo mundo exterior. (BARETTO, 2002; HALL, 2001; RUSCHMANN, 2001, apud FÁVERO, 2004)

Fávero ressalta ainda uma importante contribuição de Hall (2001) ao realizar uma análise da mudança das dimensões do planejamento turístico. Confirma que o foco e os métodos de planejamento turístico não se mantiveram constantes, e sim, continuaram evoluindo a fim de atender as exigências apresentadas ao setor turístico. Tais mudanças das políticas de turismo são observadas no quadro 1:

Fase	Características
1945 - 1955	A desagregação e a racionalização da política, da alfândega, da moeda e de regulamentações referentes à saúde que haviam sido adotadas após a Segunda Guerra Mundial.
1955 - 1970	Maior envolvimento do governo no marketing turístico, a fim de aumentar o potencial de ganhos do setor.
1970 - 1985	Envolvimento do governo no fornecimento de infra-estrutura turística e no uso do turismo como instrumento de desenvolvimento regional.
A partir de 1985	O uso continuado do turismo como instrumento de desenvolvimento regional, maior foco em questões ambientais, menor envolvimento do governo no fornecimento de infra-estrutura turística, maior ênfase no desenvolvimento de parcerias público-privadas e auto-regulamentação do setor.

Quadro 1: **Políticas internacionais de turismo de 1945 até o presente**

Fonte: HALL, 2001

Segundo dados relatados pela Agência Sebrae/RS, o enoturismo ocupa um espaço expressivo na atividade turística da Serra Gaúcha. Algumas vinícolas estimam que mais de 50% da venda de seus produtos são realizadas para pessoas que programam suas viagens exclusivamente motivadas pelo turismo do vinho, ou seja, este processo vem aumentando a demanda e fortificando as vinícolas e as atividades turísticas para que desenvolvam rotas alternativas.

Ainda confirma-se que a microrregião da uva e do vinho, na Serra Gaúcha, é responsável por aproximadamente 90% da produção nacional de vinhos e espumantes, o que tem fortificado o interesse da população e destino turístico. (SEBRAE/RS, 2009)

Portanto, o vinho tornou-se conceito no desenvolvimento do turismo bem como uma nova alternativa econômica para a região serrana.

Fávero traz em sua monografia a análise do município de Garibaldi, na qual parte do princípio de que o município ainda não possui um planejamento do turismo. Assegura que o que se tem até o momento são políticas que favorecem o desenvolvimento da atividade e uma gestão participativa que procurou implantar alguns projetos. Porém, segundo Hall (2001), planeja-se desde o momento que se inicia a discussão em torno de um objetivo, com o fim de alcançá-lo. Assim, tem-se um planejamento não finalizado, mas em construção.

Assim como Garibaldi, o município de Alto Feliz está em construção com o plano do turismo, na qual está desenvolvendo uma rota turística, englobando inclusive um dos mais recentes pontos turísticos da localidade, a Vinícola Don Guerino, empreendimento de valor cultural muito forte para a comunidade, pois contribui para o desenvolvimento sócio-cultural da região. O órgão público pretende também incentivar a restauração e conservação das edificações antigas do local, pertencentes aos imigrantes alemães e italianos, que traduzem na arquitetura grandes histórias.

Levando-se em consideração a localização do município, a escolha do lote foi de fato relevante para que se obtenha um bom desenvolvimento. O município localiza-se a 100 km de Porto Alegre, capital gaúcha. Tem-se exemplo da vinda de turistas para a Serra Gaúcha, na qual as origens dos maiores fluxos procedem de Porto Alegre e dos arredores, de São Paulo e em menor número, de outros estados e cidades gaúchas. A faixa etária predominante é dos 31 aos 40 anos, caracterizando famílias. O meio de transporte mais utilizado é o automóvel, com 46%, seguido de ônibus com 38%, o que caracteriza a predominância do turismo particular, porém, com um bom número de grupos¹.

Pretende-se alcançar nesta proposta, inovações conceituais, acrescentando ao projeto novas atrações culturais e arquitetônicas, tornando assim o município um referencial na região da encosta da Serra Gaúcha, valorizando as paisagens ali presentes, o empreendimento existente junto ao futuro complexo², a qualidade de vida da população, o processo de desenvolvimento do produto principal do tema, a uva e o vinho.

Almeja-se atender um público alvo que visa o crescimento cultural, buscando, através da curiosidade, conhecer mais sobre a cultura da uva e vinho, e será através deste público que se buscará desenvolver no projeto atividades diversificada. Dentre elas estariam presentes: salas de degustações, restaurante, salas de convenções, champanharia, um museu da uva e vinho e salões destinados para eventuais exposições referentes ao tema.

¹ Dados retirados da Dissertação de Mestrado Acadêmico em Turismo, Sr^a. Ivane Maria Remus Fávero pela Universidade de Caxias do Sul, 2004.

² Vinícola Don Guerino Ltda.

Têm-se referenciais do município de Garibaldi, que relatam estudos diagnósticos sobre a infra-estrutura turística local e as pesquisas sobre o perfil e o nível de satisfação do turista que colaboraram para detectar que um dos grandes atrativos da cidade é a gastronomia, no qual os turistas costumam avaliar positivamente os restaurantes locais (FÁVERO, 2004). Assim, objetiva-se alcançar nesta pesquisa, a comprovação de que o Complexo Enoturístico, composto pelas diversificadas atividades relacionadas à gastronomia e à uva e vinho, além de ser um complemento para o município de Alto Feliz, será um empreendimento diferenciado para região da Encosta da Serra Gaúcha.

Com a compreensão de que o turismo é uma atividade coletiva, é possível entender a responsabilidade de cada um dos agentes na construção e comercialização de um destino turístico e na formação da imagem desse destino. A equipe envolvida no projeto de desenvolvimento do turismo de Garibaldi tem desenvolvido diversas ações visando capacitar todos os que estão diretamente envolvidos na atividade turística e entende que este processo contribui para a conscientização da comunidade, no sentido de que entendam o fenômeno turístico e seus impactos (positivos ou negativos). (FÁVERO, 2004)

Assim como pretendido para o município de Garibaldi, ambiciona-se demonstrar através desta pesquisa, que o projeto a ser desenvolvido posteriormente será responsável pelo desenvolvimento da imagem deste Complexo Enoturístico como um destino na qual sempre ficará o desejo de retornar ao local.

É necessário, portanto, para alcançar este objetivo, um estudo sistemático do turista, analisar as suas necessidades, expectativas e sua satisfação, para que possam ser atendidos tais desejos e motivando assim, esse turista a escolher o destino que está sendo oferecido. Fávero afirma ainda, que o primeiro passo é criar uma imagem que sirva como impulso para a determinação do local como destino.

Segundo Fávero (2004), não há como se pensar o turismo como uma atividade isolada. Considera ser uma atividade que está imbuída e contaminada por todo o sistema estrutural da própria localidade onde se dá o seu desenvolvimento. Sua sustentabilidade depende de todo o sistema turístico, além disto, cita também que há um intercâmbio de energia e informação entre o sistema e o entorno, mantendo um processo contínuo de relações dialéticas de conflitos e de colaboração com o meio circundante. (DE ALMEIDA, 2003, apud FÁVERO, 2004)

Contudo, leva-se também em consideração o setor econômico do município de Alto Feliz, pois certamente existirá um retorno financeiro à comunidade e ao

órgão público, através de impostos e uma possível parceria (iniciativa público x privado); temos ainda uma maior circulação de pessoas na cidade, gerando maior movimento na economia de todos os empreendedores.

Afirma-se desta maneira, que no turismo comprometem-se os destinos, os empreendimentos, a qualidade de vida das comunidades, a satisfação da experiência dos turistas, que em conjunto, são capazes de desenvolver uma rica rota turística. (FÁVERO, 2004)

A inspiração para o Complexo Enoturístico traduz-se no que Moesch (2004) afirma. O autor diz que o turista produz o turismo, logo, ele é o elemento central. O ser assume um status que transcende o tangível.

A formulação da Teoria do Turismo deve entender que o sujeito cognoscente é o objeto da demanda turística, mas ao mesmo tempo, este sujeito vivencia o objeto e o integra, não havendo uma divisão entre o sujeito turístico e o objeto turístico no processo de consumo, especialmente no momento da produção do objeto quando inserido em seu ecossistema. (MOESCH, 2004, apud VALDUGA, 2007)

A iniciativa de introduzir no início da Serra Gaúcha um Complexo Enoturístico de fato é convincente, pois como visto nas afirmações, este envolve história, cultura, arte, folclore, culinária, enfim, o desenvolvimento sócio-cultural de um povo. Para tanto, será necessário criar condições e viabilizar ações que atendam as expectativas do turista bem como atender a necessidade do empreendedor, pois no Brasil esta atividade é recente. Portanto, existe um grande potencial a ser desenvolvido. O município de Alto Feliz será o pequeno município que abrigará o novo empreendimento, resgatando o valor cultural nesta nova concepção. Transformará e agregará valores culturais à população, buscando neste tema, força de atração, hospitalidade e interação nos segmentos sociais do município e região.

1.2.O QUE É ENOTURISMO

O termo enoturismo é resultado da união das palavras eno e turismo, sendo que eno significa vinho. Este setor vem fortalecendo-se a pouco tempo no setor vinícola. Enoturismo, portanto, tem a vantagem de estar baseado no trabalho

industrial e no modo de vida cultural e tem o potencial de mudar uma região e ser sustentado por essa mudança. (HALL, 2004, apud VALDUGA, 2007)

Para Valduga³ (2007), o enoturismo é um segmento do fenômeno turístico, que pressupõe deslocamento de pessoas, motivadas pelas propriedades organolépticas⁴ e por todo o contexto da degustação e elaboração de vinhos, bem como a apreciação das tradições, da cultura, gastronomia, das paisagens e tipicidades das regiões produtoras de uva e vinhos. É um fenômeno dotado de subjetividade cuja principal substância é o encontro com quem produz a uva e o vinho.

O enoturismo caracteriza-se por ser um segmento da atividade turística que se fundamenta na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos, das tradições e das tipicidades das localidades que produzem esta bebida. Segundo Falcade (2001), o enoturismo pode ser definido ainda como o deslocamento de pessoas, cuja motivação está relacionada ao mundo da uva e do vinho.

Enoturismo é um segmento da atividade turística que se fundamenta em viagens que são motivadas por pessoas que apreciam o aroma, o sabor e a degustação de vinhos, bem como a apreciação das tradições e tipicidade das localidades que produzem esse tipo de bebida. (FALCADE, 2001)

Já para Hall (2004), o enoturismo define-se pelo potencial que oferece, despertando o interesse pelas visitas a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e ainda vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos.

Dados encontrados na dissertação de mestrado de Vander Valduga mencionam que as visitas nos roteiros relacionados ao vinho, em países como França, Itália, Espanha, Portugal e Alemanha, são tão ou mais procurados que as visitas a museus e monumentos. Assim como nestes países, o Brasil vem aperfeiçoando-se nesta atividade, pois o enoturismo trabalha a oferta gastronômica e vinífera como um atrativo cultural, uma vez que reflete na História da população dos municípios.

³ Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul.

⁴ Propriedades organolépticas: Características de uma substância que podem ser percebidas com nossos sentidos. Autor: Luiz Molina Luz, professor mestre em Química, publicado em 22/04/2008.

Segundo Valduga (2007), o enoturismo é um fenômeno recente no Brasil, porém os deslocamentos motivados pelo vinho no mundo são mais antigos e estão ligados a história da humanidade. Seus primeiros registros no país datam da década de 1930, quando algumas festas começaram a ser realizadas na Serra Gaúcha com o intuito de celebrar a colheita da uva (a vindima).

Considerando este fato, algumas vinícolas da região iniciam um trabalho para criar uma marca, uma nomenclatura própria para seus vinhos, com o objetivo de possuírem uma marca regional de seu produto. Tanto se sabe que ao obter uma marca regional, a curiosidade do turista consumidor é despertada, motivando-os a se deslocarem para conhecer os produtos em sua origem. (VALDUGA, 2007)

1.3.HISTÓRICO DO VINHO

Alega-se que a história da humanidade mistura-se a própria história do vinho e de seu significado para os diferentes povos. Na antiguidade clássica, as pessoas se deslocavam em virtude da saúde, banhos, peregrinações religiosas, jogos e festas em função da uva e vinho. (VALDUGA, 2007)

O conhecimento e a prática de viticultura e vinicultura fizeram parte da transferência de informações e de tecnologia entre as culturas à medida que elas foram entrando em contato umas com as outras. Pessoas que viajavam a lugares onde a uva era cultivada provavelmente retornavam à sua região de origem com raízes e informação sobre o cultivo de uva e a fabricação do vinho. (PHILLIPS, 2003, apud VALDUGA, 2007)

O vinho expande-se a diferentes povoados, e em alguns lugares, a vitivinicultura e a tradição do vinho prosperam; em outros não, em função de condições climáticas não ideais para o cultivo das vinhas, da cultura dos povos e da inexistência do domínio das técnicas para a elaboração dos vinhos. Nas regiões vinícolas que mais prosperaram, o vinho foi transformado em um símbolo social de vitória, de status, tornando-se ao longo da História um importante elemento na mesa de algumas sociedades. (VALDUGA, 2007)

Considera-se o vinho como um sinônimo de um povo. É o caso dos franceses, em que o vinho faz parte da identidade das pessoas, na qual algumas garrafas de safras especiais foram escondidas em caves subterrâneas ou atrás de

paredes falsas, especialmente durante o período da Segunda Guerra Mundial (KLADSTRUP e KLADSTRUP, 2002, apud VALDUGA, 2007). Para esse povo, o vinho deve fazer parte da mesa de qualquer cidadão.

O vinho é a condição *sine qua non* de toda a celebração: é aquilo pelo qual se pode gastar mais para honrar alguém (um convidado) ou alguma coisa (um acontecimento, uma festa). Isto quer dizer que o vinho contém, pelas virtudes próprias que lhe são atribuídas por um consenso cultural, um dinamismo social que o pão não tem: o pão reparte, o vinho é oferecido. (CERTEAU, 2002)

Antes da chegada dos imigrantes italianos às terras gaúchas, chegaram os imigrantes alemães, estes povoaram as terras da região do Vale do Rio Caí e região central do Estado. “O ano de 1824 marca o início da colonização alemã no Rio Grande do Sul, com a chegada e instalação de 38 imigrantes às terras da Real Feitoria do Linho Cânhamo, posteriormente denominada São Leopoldo”. (LANDO, BARROS, apud DACANAL, 1980)

Já os imigrantes italianos chegam ao Rio Grande do Sul no ano de 1875. “A vinda dos imigrantes italianos está ligada ao processo de substituição da mão-de-obra e à política de imigração e colonização do Governo Imperial”. (DACANAL, 1980)

Segundo Luchese e Caprara (2001), a escolha destes imigrantes pelo Brasil se deu em função da facilidade de saírem da Itália, devido às suas condições. Vieram também com o objetivo de continuar o trabalho iniciado pelos alemães de “construir” o território gaúcho, porém, ao chegarem, os imigrantes italianos receberam um lote de terras onde tiveram que desmatar e depois cultivar milho, trigo e vinhas.

Pode-se afirmar que o interesse pela vitivinicultura no Rio Grande do Sul teve origem com a chegada dos imigrantes alemães em São Leopoldo e São Sebastião do Caí. Tem-se a confirmação que quando os imigrantes italianos chegaram, em 1875, obtiveram mudas de vinhas através dos alemães, pois as que haviam trazido na bagagem da Itália, secaram durante a viagem, ou ainda, não se adaptaram ao solo gaúcho. (DACANAL, 1980)

Com o decorrer dos anos, a produção e comercialização de vinhos tornaram-se um produto para a sustentação das famílias, porém, os alemães apresentavam vantagens pelo fato de estarem localizados mais próximos da capital gaúcha. (DACANAL, 1980)

A solução encontrada para superar as condições desiguais de concorrência foi a especialização na produção e comercialização do vinho. Na época, este produto era produzido pelos colonos na forma de um artesanato doméstico: após colher a uva, a família camponesa fabricava o vinho na cantina situada embaixo da casa. (DACANAL, 1980)

Assegura-se que foi assim que os imigrantes italianos dominaram a produção e comercialização do vinho no Rio Grande do Sul, pois através deste processo que a vitivinicultura alcançou uma produção em escala comercial, sendo revendidos inicialmente em pequenas feiras de Porto Alegre, e posteriormente em todo o Brasil.

As fases da evolução do turismo brasileiro podem ser resumidas, segundo Solha (In Rejowki, 2002):

- a) Primórdios: da colônia ao império (séculos XVII a XIX) – dos ranchos que atendiam aos tropeiros às viagens anuais dos senhores do café à Europa;
- b) Primeiras manifestações (de 1900 a 1949) – das estações de cura e do cassinismo ao início do uso do automóvel nas viagens;
- c) Expansão e organização do turismo (de 1950 a 1969) – da ampliação e melhoria da infra-estrutura de transportes e turística até a organização da atividade por associações e a elaboração de políticas;
- d) Do sonho à decepção (de 1970 a 1989) – do intenso crescimento e das perspectivas otimistas à estagnação e decadência;
- e) Retomada (de 1990 a 2000) – do crescimento do mercado interno aos grandes investimentos em vários e diferentes setores e da descoberta de novos segmentos de mercado.

Resume-se que a partir destas fases, o vinho no Rio Grande do Sul passou a fazer parte da oferta de turismo oferecido pela população gaúcha. Tem-se uma referência forte deste fato à realização da primeira festa da uva, em 1931, no município de Caxias do Sul, com o objetivo de celebrar a colheita.

Diversas barreiras foram quebradas em relação ao consumo do vinho, na qual começou a fazer parte da oferta gastronômica de algumas cadeias de lanchonetes, como nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil. Valduga (2007) afirma que no Brasil, a região que mais consome vinhos é a colonização italiana na Serra Gaúcha, que também se tornou a principal região produtora do País e o principal destino de turismo vinícola do Brasil. (VALDUGA, 2007)

O autor confirma ainda, que o vinho continua com uma série de contradições desde seus primeiros registros no meio social. Para alguns, o vinho simboliza o poder e status; para outros, representa o sangue e a vida, caso da Bíblia e do catolicismo, e por fim, para outras, representa apenas um complemento indispensável da dieta diária.

2. O CONTEXTO URBANÍSTICO

2.1.CONTEXTUALIZAÇÃO

As afirmações do item Contextualização referem-se ao histórico do município de Alto Feliz que foram pesquisados pela Sr^a Dulce Maria Simon Ruschel⁵, e atualizados no ano de 2007 através da monografia desta pesquisadora.

O município de Alto Feliz é composto basicamente por duas etnias, os alemães e os italianos. Os colonizadores alemães chegaram ao município em 1846, estabelecendo-se no alto de um morro, denominado “Batatenberg”, hoje denominado Morro das Batatas. Os colonizadores italianos chegaram por sua vez no ano de 1875, através da velha linha colonial, atualmente denominada Júlio de Castilhos, traçada nas matas da Encosta da Serra, que estendia-se desde as margens do Rio Caí até os contrafortes do Planalto.

Segundo o Histórico Oficial do município, os primeiros colonos tiveram que lutar muito pela sobrevivência. Enfrentaram ataques dos índios, fome, doenças e dificuldades de toda ordem. Na luta pela vida adentraram-se nas matas, derrubando árvores e fazendo queimadas, na ânsia de construir suas casas e iniciar as plantações. Estas constaram principalmente de: batata, trigo, feijão, milho, cana de açúcar e tabaco, de cujas folhas faziam fumo em rama.

Ruschel (2007) garante que quando erguidas as casas dos imigrantes, logo os colonos se preocuparam em construir a escola e a capela. A primeira Capela em “Oberm Feliz” – Schulkapelle foi erguida em 1849, pois os primeiros assentamentos de enterro no cemitério da capela datam de maio de 1850. A Capela de Santo Inácio era atendida pelos padres jesuítas, inicialmente a partir de São José do Hortêncio e após com residência fixa no local. A pedra fundamental da Capela de Santo Inácio, tal como hoje existe, foi lançada em 26 de junho de 1870 e construída no período de

⁵ Dulce Maria Simon Ruschel: titular da cadeira nº 193 da Academia de Letras dos municípios do Rio Grande do Sul.

1871 a 1874. Em 25 de julho de 1877, a Capela passou a ser “Paróquia de Santo Inácio”, autorizada pelo Bispo Dom Sebastião Laranjeira, assistente do Conselho do Imperador Dom Pedro II. Era ampla a abrangência da nova paróquia. Suas divisas estendiam-se desde a Serra Geral, encontrando-se com as Freguesias de São José do Hortêncio e São Francisco de Paula de Cima da Serra até o Rio Caí, ao Sul e a Oeste o Arroio Forromeco, desde a sua foz até encontrar a divisa da Colônia de Soledade, (hoje atende pela denominação de São Vendelino).

A Comunidade Evangélica teve início em torno de 1850, também no “Batatenberg” – Morro das Batatas. Em 1861, os colonos construíram o prédio que abrigava, ao mesmo tempo, a escola e a igreja e fizeram o seu cemitério.

Julga-se que por volta de 1900, foi construída a estrada Júlio de Castilhos, única via de acesso entre Porto Alegre e a região norte do Estado. A povoação, antes localizada no Morro das Batatas, foi se concentrando ao longo da Rodovia, assim deslocando o centro econômico-social. Como consequência, a Matriz de Santo Inácio, que teve a planta aprovada em 20 de agosto de 1913, foi transferida do Morro das Batatas para a nova sede.

A comunidade evangélica também transferiu seu templo para o novo núcleo formado junto à Estrada Júlio de Castilhos.

Com a nova estrada, o movimento aumentou consideravelmente, havia ônibus para toda a região norte do Estado, percorrendo o núcleo central da localidade.

O progresso foi chegando ao município de Alto Feliz, através de casas de comércio, serrarias, marcenarias, olarias, ferrarias, carpintarias, alambiques, funilarias, moinhos, fábricas de queijo, e até mesmo uma fábrica de cerveja na localidade de São Pedro.

Para explicar a origem do nome “Alto Feliz” é preciso comentar sobre a história do município de Feliz: o “município-mãe”.

Ruschel (2007), conta que na época do início da colonização alemã no RS, o engenheiro português Alfonso Mabilde foi encarregado pelo Império de abrir uma estrada, ligando a Freguezia do Linho e Cânhamo (São Leopoldo) à Vacaria dos Pinheirais, passando por esta região.

Quando o grupo de aproximadamente 30 pessoas, entre as quais topógrafos e mateiros, chegaram ao Rio das Antas, iniciou a construção de uma balsa com troncos de cipó para o rio. Como o nível do rio estava mais alto em relação ao normal, e a correnteza muito forte, a balsa não resistiu. Alguns integrantes do grupo se salvaram pela margem esquerda, porém outros foram levados pela correnteza. Tentaram então, voltar a São Leopoldo. Exaustos e perseguidos pelos índios, chegaram a um lugar onde hoje se ergue a ponte de Feliz. Sentindo-se aliviados por estarem sãos e salvos, disseram: “Aqui estamos felizes”. E assim a Picada ficou conhecida pelo nome de Feliz.

Nessa antiga “Kolonie Feliz” destacavam-se a “Untern Feliz” – Feliz Baixa ou Santa Catarina da Feliz e a “Obern Feliz” – Feliz Alta ou Santo Inácio da Feliz. Justificava-se a denominação Feliz Alta, por sua situação geográfica na subida da Serra, a 500 m de altitude acima do nível do mar. Assim surgiram as denominações: Alta Feliz, Alto da Feliz e, finalmente, Alto Feliz. (RUSCHEL, 2007)

No ano de 1989, o asfaltamento do trecho ligando o centro da localidade com o entroncamento da RS 452, trouxe novas perspectivas à comunidade. Assim, a oportunidade que se abriu no Estado para a criação de novos municípios, motivou a população a lutar pela emancipação do município que, até então, pertencia à Feliz e anteriormente a São Sebastião do Caí. Essa aspiração começou a concretizar-se em 10 de março de 1990, com a criação da Comissão Provisória Pró Emancipação, e em 05 de maio do mesmo ano, quando foi constituída oficialmente a Comissão de Emancipação. (RUSCHEL, 2007)

Em 17 de setembro de 1991, a Lei n.º 9.308 autorizou a realização do plebiscito que se concretizou em 10 de novembro de 1991, obtendo resultado favorável à emancipação. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ/RS, 2009)

Em 27 de fevereiro de 1992, foi aprovado pela Assembléia Legislativa o Projeto de Lei n.º 521/91, dispondo sobre a criação do Município de Alto Feliz.

Finalmente em 20 de março de 1992, foi sancionada pelo Governador do Estado, Dr. Alceu Collares a Lei n.º 9623, criando o Município de Alto Feliz. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ/RS, 2009)

O Município de Alto Feliz foi instalado no dia 1º de janeiro de 1993.

Como município, houve acentuado progresso em todos os setores. Alto Feliz cresceu impulsionado pela fé, pelo trabalho e pela união de sua gente que, até hoje, preserva a tradição, a cultura, a língua e os costumes dos seus antepassados: os imigrantes alemães e italianos. (RUSCHEL, 2007)

O progresso do município ainda atualmente é pertinente. Com a vinda de casas comerciais conforme citado anteriormente, e até mesmo uma vinícola despertam atualmente o interesse de novos empreendedores e também novos moradores, pois o município está em fase de crescimento, demonstrando um grande potencial. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ/RS, 2009; RUSCHEL, 2007).

2.2.VIAS DE ACESSO

A estrada Júlio de Castilhos⁶ atualmente é a principal via de acesso entre Porto Alegre e a região Norte do Estado, esta corta o município de Norte a Sul, ligando a sede do município de Feliz à Nova Milano, Farroupilha. No acesso Sul, que interliga o município a RS 452, percorre-se 7,2 km de extensão até o centro do mesmo, o outro acesso (acesso Norte) é pela Estrada que liga Alto Feliz ao município de São Vendelino. (Imagem 1)

⁶ Atualmente denominada de VRS 326

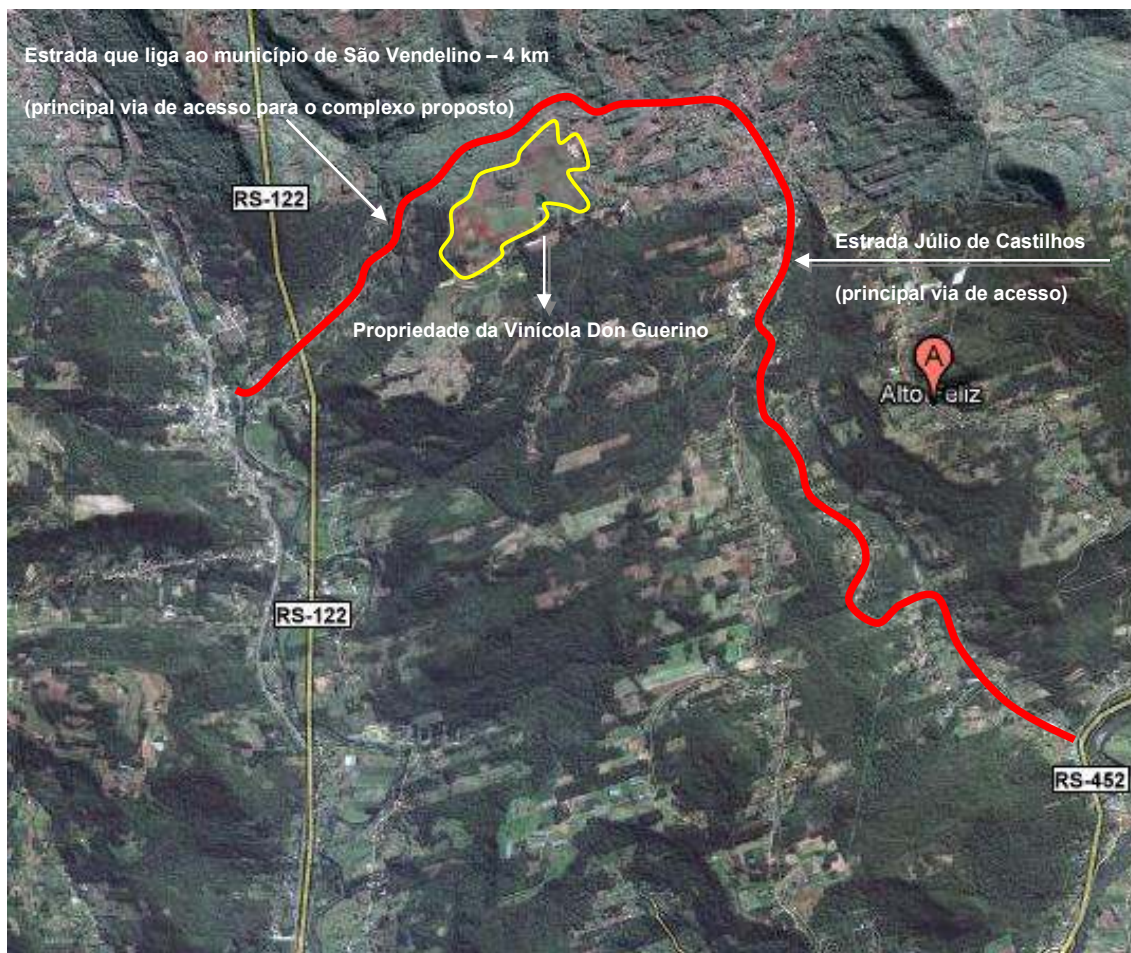


Imagem 1: **Vias de acesso ao município de Alto Feliz**
Fonte: Modificado de Google Maps, 2010

A rede rodoviária municipal, segundo dados oferecidos pela Prefeitura Municipal de Alto Feliz (2009), atinge aproximadamente 200 km. Referente a esta extensão, praticamente todas são revestidas de saibro, se sobressaindo apenas a via de acesso da RS 452 que estende-se até a Vinícola Don Guerino e ao lote adotado, que são asfaltadas.

Os acessos a todas as localidades do interior possuem boas condições de tráfego, de ônibus, caminhão e outros veículos, interligando todo o interior entre si, e estes com a sede. Oferecem também um tráfego tranquilo para os municípios vizinhos e locais.

2.3.HIDROGRAFIA

Resultado de derrames basálticos, a topografia do município destaca-se pela forte presença de morros e vales, que imprimem por sua vez, uma característica particular ao lugar e em decorrência disto, permitem ainda visuais panorâmicos em determinados pontos da localidade. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ/RS, 2009)

Em consequência, o município possui numerosos cursos d' água (os arroios), que em várias situações formam cascatas que atualmente transformaram-se em pontos turísticos. Salienta-se que em função destes arroios, o município não sofre com problemas de cheias (enchentes) pelo fato de estar a aproximadamente 500 metros acima do nível da região do Vale do Caí.

3. O LOTE

3.1.DESCRICÃO GERAL, POTENCIAIS E LIMITAÇÕES DA ÁREA

3.1.1 SITUAÇÃO, DEMANDAS E TENDÊNCIAS

A área de intervenção que será trabalhada foi escolhida considerando-se dois critérios principais: a localização do lote, considerando seus acessos, a viabilidade de implantação da proposta, a oferta de matéria prima local, e por fim, tem-se também a informação de que o município está em processo de desenvolvimento de uma rota turística⁷ que envolve os principais pontos turísticos da localidade, no qual o Sr. Luís Brambatti está desenvolvendo o Plano Diretor de Turismo do município de Alto Feliz. (BRAMBATTI, 2008)

Além disto, o município está localizado na Encosta da Serra Gaúcha, próximo ao Vale dos Vinhedos, região mais desenvolvida no país no ramo da vitivinicultura, e que expande cada vez mais sua influência tanto no Brasil quanto no mundo. (Imagens 2 e 3)

⁷ BRAMBATTI, Luís. Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Responsável pelo desenvolvimento da Rota Turística para o município de Alto Feliz.



Imagem 2: **Mapa da região serrana**
 Fonte: Site do Vinho Brasileiro

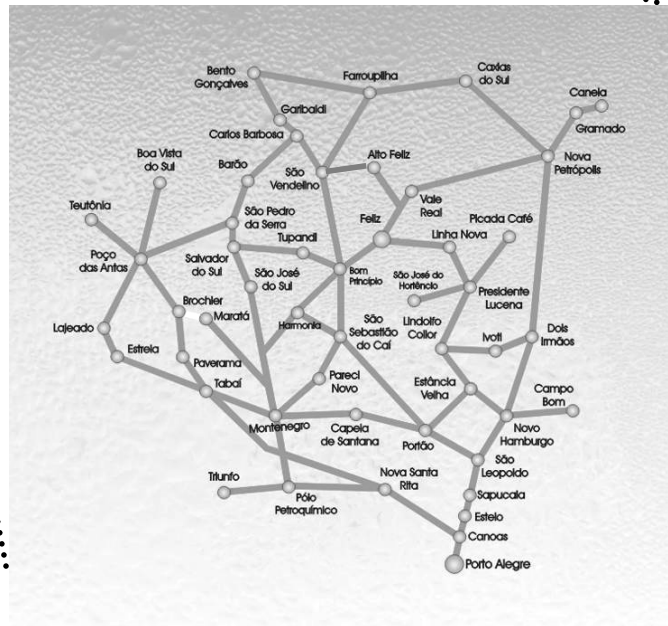


Imagem 3: **Principais vias de acesso**
 Fonte: Folder de divulgação do município

O Complexo a ser projetado tende a atender a demanda da região que cresce diariamente, beneficiando todos os envolvidos no processo, favorecendo o turismo em ascensão.

Assim como no Vale dos Vinhedos, pretende-se alcançar também uma oferta diversificada. Enquanto que no Vale dos Vinhedos tem-se queijarias, vinícolas, artesanatos e belas paisagens, na pesquisa presente demonstra-se que o objetivo a ser conquistado para o Complexo Enoturístico também é uma atividade

diversificada, porém com grande diferencial para a região serrana, na qual a oferta será atender um público que possa participar de atividades diferenciadas das que acontecem em todas as vinícolas da Serra Gaúcha.

Além disto, percebe-se que a dinâmica e a dimensão do turismo vem crescendo gradativamente a cada ano que passa. Sendo assim, a exemplo de outros países, como França, Itália, Espanha, Portugal, que aproveitaram suas características culturais e investiram em estrutura e infra-estrutura, a fim de tornarem-se mais competitivos a nível internacional, objetiva-se também tornar o turismo como base para a realização deste novo empreendimento. (VALDUGA, 2007)

Como sabemos, a alta temporada do setor vinícola concentra-se nos meses de junho, julho, agosto e dezembro, janeiro e fevereiro. Para este setor, isso é prejudicial do ponto de vista da sustentação dos negócios, pois a maioria das empresas possui equipes próprias para o setor turístico (VALDUGA, 2007).

Pensando nisto, um dos motivos na qual se optou por um Complexo Enoturístico, é que este empreendimento funcionará o ano inteiro, pois terá capacidade para suprir eventos regionais e até mesmo internacionais, como a Avaliação Internacional e Nacional de Vinhos Finos, cursos e congressos.

Abaixo, apresenta-se uma tabela que demonstra o faturamento do enoturismo por área de atividade. Ao analisar os dados, nota-se que o enoturismo possui maior influência no setor gastronômico e em queijarias, porém, o número apresentado no setor vinícola também é considerado bom, pois são realizadas vendas diretas, sem influência de representantes. (VALDUGA, 2007)

Tabela 1: Representação do faturamento do enoturismo por área de atividade

Área de atividade	Faturamento direto	Faturamento indireto	Total do faturamento com o enoturismo
Restaurante	50%	30%	80%
Queijaria	95%	0	95%
Hotel	41%	5%	46%
Artesanato	40%	10%	50%
Vinícola	15%	20%	35%

Fonte: VALDUGA, 2007.

Para 47% das vinícolas do Vale dos Vinhedos, o faturamento decorrente do enoturismo é suficiente para efetuar toda a folha de pagamentos com o enoturismo. Já 60% das vinícolas situadas no Vale dos Vinhedos, afirmam que o enoturismo é vital para as empresas, e 40% pronunciam que a atividade é fator importante para sua sustentação⁸. Assim, Valduga (2007) afirma que o enoturismo “trouxe desenvolvimento, principalmente econômico, e é aí que se deve ter cuidado..., para que esse desenvolvimento esteja trazendo outros benefícios, como a cultura e o resgate”⁹

Valduga (2007) assegura ainda que mesmo com muitas informações deficientes em relação ao enoturismo, é importante salientar que é clara a visão das entidades no sentido de fortalecer a região serrana em relação a cultura, economia, sociedade e meio ambiente. Unindo-se a isto, o autor afirma também que existe uma interação nuclear do Vale dos Vinhedos, como destino turístico, com os demais destinos e atrativos dos municípios da região, como: Gramado, Canela, Nova Petrópolis e outros municípios da Serra Gaúcha.

A partir destes dados, justificam-se mais uma vez a escolha do município de Alto Feliz, que demonstra ter potencial para abrigar e interagir com o entorno. O Complexo Enoturístico em estudo contará com os serviços da Vinícola Don Guerino, que fará a vez da visita técnica à vinícola, pois atualmente é o maior atrativo do município. Pretende-se utilizar os serviços da entidade para promover o Complexo e a entidade valer-se do complexo para promover-se.

A demanda para o empreendimento é viável, pois comprova-se através de dados da Aprovale¹⁰ que o número de visitantes cresce a cada ano em torno de 20% no Vale dos Vinhedos¹¹. (tabela 2)

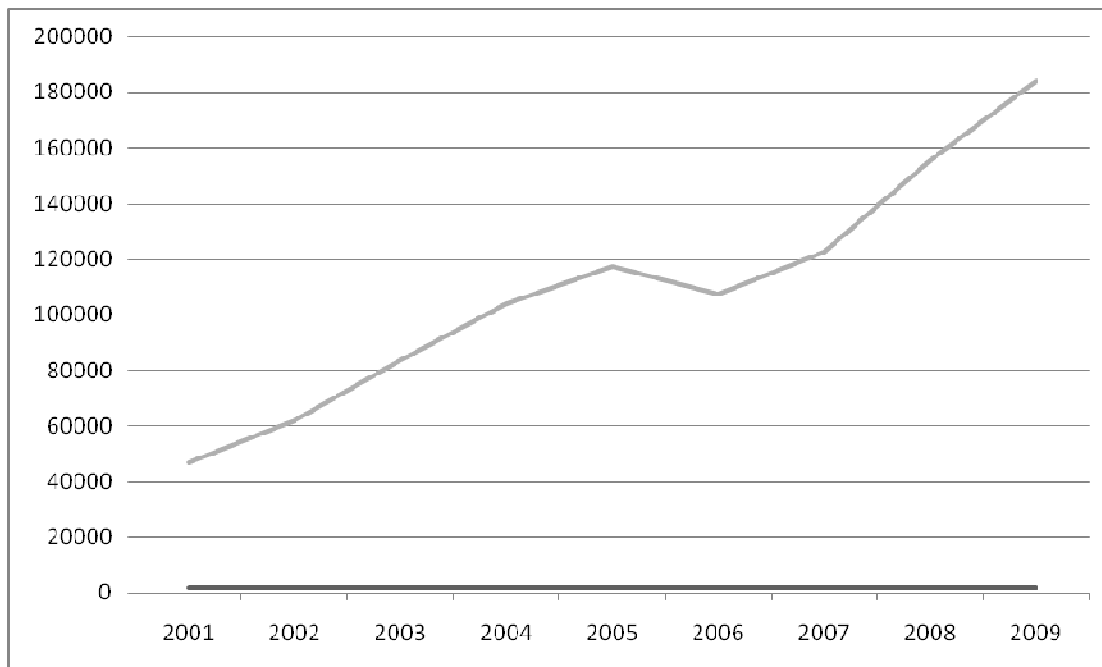
⁸ Dados retirados da dissertação de mestrado em Turismo de Vander Valduga, 2007. Universidade de Caxias do Sul.

⁹ Entrevista com um diretor de entidade do Vale dos Vinhedos. Vander Valduga, 2007.

¹⁰ Aprovale: Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos.

¹¹ Dados retirados da dissertação de mestrado em Turismo de Vander Valduga, 2007. Universidade de Caxias do Sul.

Tabela 2: Número de visitantes anual no Vale dos Vinhedos, Serra Gaúcha



Fonte: APROVALE, apud CLIC RBS, 2009

Assim, Alto Feliz, como é um município vizinho de Bento Gonçalves, pode basear-se nestes dados, pois se localiza no início da Serra Gaúcha, ou seja, há um potencial para apreender o fluxo de turistas antes mesmo que estes conduzam-se ao Vale dos Vinhedos.

Outro fator relevante é a demanda que o Complexo poderá vir a atender, pois ao analisar dados obtidos com o Sr. Valduga, demonstram que nas regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos, o próprio modelo de desenvolvimento favoreceu o incremento do enoturismo. Conclui-se que vinícolas conhecidas e paisagens foram as mais citadas pelos empreendedores na qual o Sr. Valduga entrevistou. Assegura ainda que o setor gastronômico foi citado como outro aspecto importante para a desaceleração do enoturismo.

Tabela 3: Elementos importantes para o enoturismo

Elementos	Lista de respostas/notas - Total: 28 entrevistados	Nota média entre 0 e 5	Desvio padrão
1. Vinícolas conhecidas	18 (nota 5), 9 (nota 4), 1 (nota 3)	4,6	0,724

2. Paisagens	21 (nota 5), 5 (nota 4), 1 (nota 3), 1 (nota 1)	4,6	0,783
3. Hospitalidade	17 (nota 5), 8 (nota 4), 1 (nota 3), 2 (nota 2)	4,4	0,851
4. Marca da região	18 (nota 5), 2 (nota 4), 4 (nota 3), 4 (nota 2)	4,2	1,025
5. Atendimento	11 (nota 5), 8 (nota 4), 3 (nota 3), 2 (nota 2), 4 (nota 1)	3,7	1,105
6. Cultura	10 (nota 5), 5 (nota 4), 6 (nota 3), 5 (nota 2), 2 (nota 1)	3,5	0,849
7. Infra-estrutura	8 (nota 5), 7 (nota 4), 4 (nota 3), 6 (nota 2), 3 (nota 1)	3,4	1,125
8. Hotéis e pousadas	5 (nota 5), 8 (nota 4), 4 (nota 3), 5 (nota 2), 4 (nota 1), 2 (nota 0)	2,9	1,084
9. IPVV	4 (nota 5), 7 (nota 4), 5 (nota 3), 6 (nota 2), 6 (nota 1)	2,9	1,112

Fonte: VALDUGA, 2007.

Inserido em um bairro de características residenciais (Imagem 4), no meio rural, o terreno possui destaque dentre os demais, justamente pelo fato da morfologia dos lotes bairristas não serem densos. Atualmente existem ainda muitos lotes sem edificações.

A área em questão é próxima ao centro do município, bem como aos municípios limítrofes, tornando-se de fácil e rápido acesso. O município conta também com “linhas” de ônibus e taxis que passam próximo ao local. A propriedade recebe também muitos ônibus e micro-ônibus de turismo de diversos destinos.



Imagem 4: **Localização da gleba**
Fonte: Modificado de Google Earth 2010



Fotos 01 e 02: **Morfologia bairrista no entorno do lote**
Fonte: autora, 2009



Fotos 03 e 04: **Morfologia bairrista no entorno do lote**
Fonte: autora, 2009

Outro fator determinante para a escolha da gleba é o espaço disponível para a realização do zoneamento desejado para o Complexo, no qual permite implantar de forma adequada o programa de necessidades, bem como, a integração da edificação com o entorno natural do terreno. Verifica-se nas imagens abaixo o levantamento fotográfico que demonstra realmente os fatos citados anteriormente.



Imagens 05 e 06: **Vista parcial da gleba Sudoeste e Sudeste, respectivamente**
Fonte: autora, 2009



Imagens 07 e 08: **Vista parcial da gleba Leste e Oeste, respectivamente**
Fonte: autora, 2009



Imagens 09 e 10: **Vista parcial da gleba, direção sul e norte, respectivamente**
Fonte: autora, 2010

Destacou-se uma porção das terras da propriedade para a execução da proposta, (Imagem 11), dentre os setentas hectares em área rural.



Imagem 11: **Vinícola Don Guerino Ltda**
Fonte: Vinícola Don Guerino Ltda



Imagem 12: **Vista parcial da gleba determinada**
Fonte: Autora, 2009

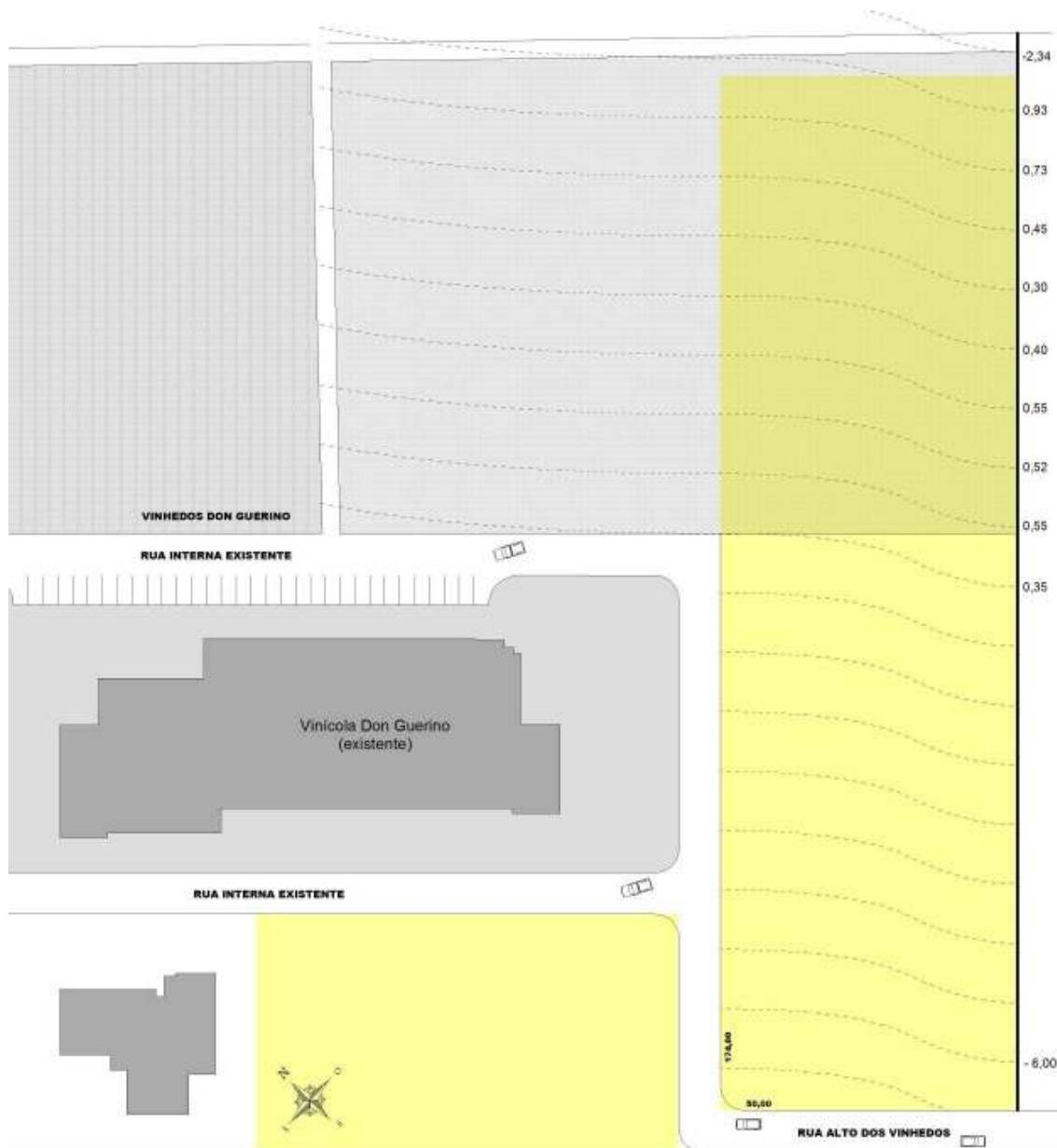


Imagem 13: Levantamento planialtimétrico do lote. Desenho sem escala

Fonte: Autora, 2008

Um aspecto positivo para a escolha da grande gleba que pertence à propriedade da Vinícola Don Guerino é a localização deste, determinou-se ali justamente por estar junto à entrada principal da propriedade, e principalmente, por não prejudicar a paisagem natural existente, evita ainda que a edificação a ser projetada futuramente gere um impacto em relação a edificação existente.

Diferente do que acontece no Vale dos Vinhedos, o projeto do Spa do Vinho (imagem 14 e 15), que está edificado de forma vertical, sobrepõem-se à paisagem natural da localidade. Pretende-se demonstrar nesta pesquisa, que o intuito do Complexo Enoturístico é preservar a paisagem local, pois permite-se afirmar que este é um dos fortes motivos que o turista se desloca de grandes centros urbanísticos, pois vai em busca de paz e tranquilidade. Portanto, dar importância à linha do horizonte para a preservação da bela paisagem dos vinhedos e demais espécies existentes no entorno será fundamental, uma vez que isto interfere diretamente no enoturismo.



Imagem 14: **Spa do Vinho, Bento Gonçalves**
Fonte: Spa do Vinho, 2010



Imagem 15: **Sapa do Vinho, Bento Gonçalves**
Fonte: Baixaki, 2010

3.1.2.LOCALIZAÇÃO

O município de Alto Feliz situa-se na Encosta Inferior do Nordeste, na microrregião colonial da Encosta da Serra Geral, no Estado do Rio Grande do Sul. Localiza-se a 100 km da capital do estado, tendo como principais acessos a Estrada Júlio de Castilhos (VRS 326), a RS 452 que interliga a RS 122 com a BR 116, e ao norte interliga-se com a RS 122. (Imagem 16)

Os municípios limítrofes são Farroupilha (ao norte), Feliz (ao sul), Vale Real (ao leste), Bom Princípio e São Vendelino (ao oeste).

Possui uma área de 84,10 km², na qual possui 60% de região montanhosa, 25% plana e ainda 15% ondulada. Esta tipologia transmite uma característica forte ao município, pois oferece aos turistas panoramas diferenciados das demais regiões. O município é formado por quinze localidades, a saber: Arroio Jaguar, Morro das Batatas, Morro Gaúcho, São Pedro, Sete Colônias, Morro Belo, Santo Antônio Alto, Santo Antônio Baixo, Nova Alemanha, Canto Schütz, Arroio Feliz, Vale do Mel, Encosta da Palmeira e Morro Capim.

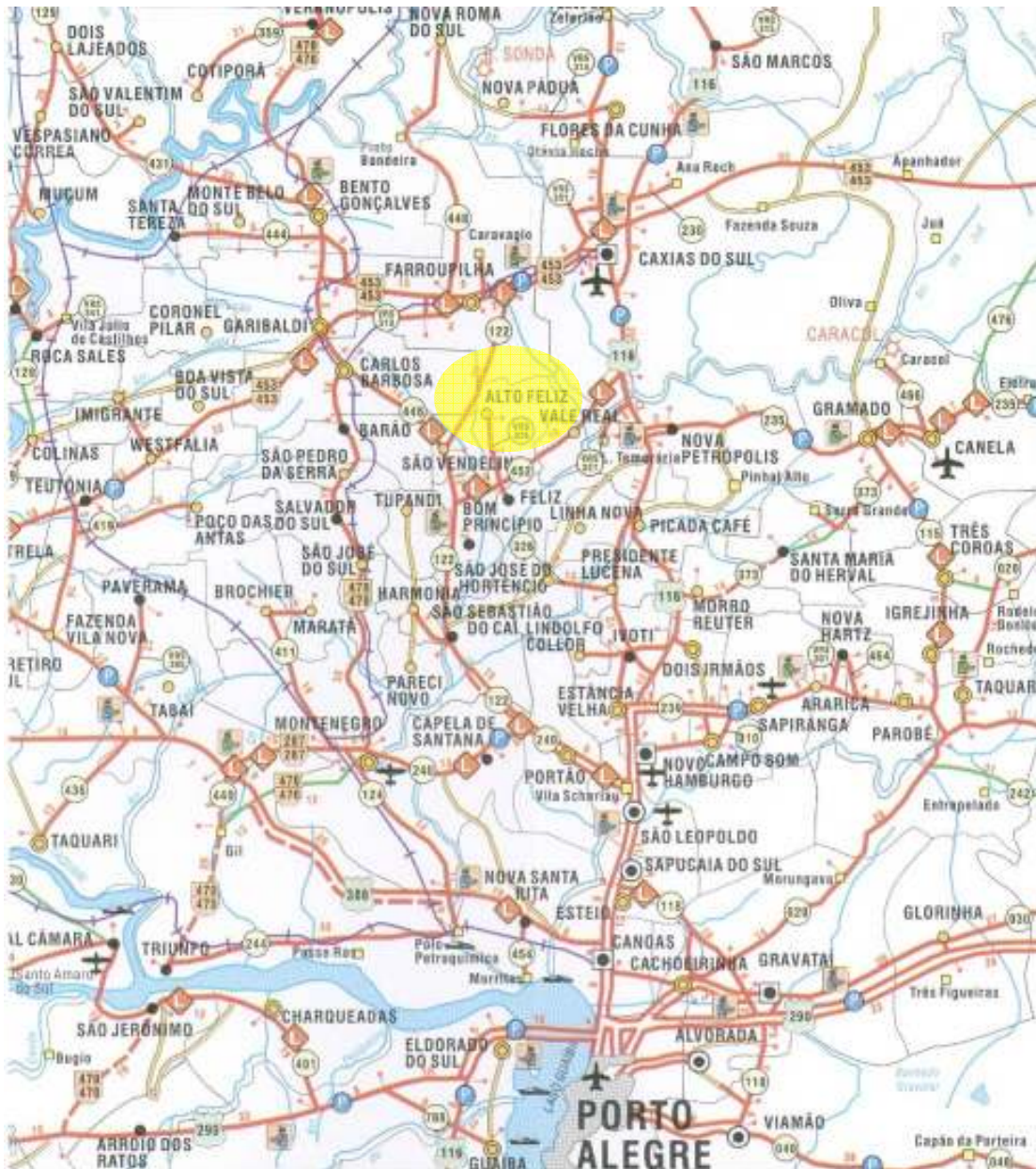


Imagem 16: Mapa de localização de Alto Feliz
Fonte: Modificado do Mapa região Grande Porto Alegre e Serra, 2009

3.2.3. CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA

O clima predominante na região é subtropical, apresentando temperaturas médias de 25 a 30° C no verão, e 5 a 12° C no inverno, fator favorável para o desenvolvimento de um complexo voltado para o enoturismo. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ/RS, 2009)



Imagem 17: **Estudo de insolação**
Fonte: Modificado de Google Earth 2009

3.3.4.USO DO SOLO E ATIVIDADES EXISTENTES

A gleba em questão situa-se no bairro Nova Alemanha, no município de Alto Feliz. Encontra-se no contexto rural da localidade, portanto, inexistem praticamente moradias no entorno, há a Vinícola Don Guerino (imagem 18) que está situada na propriedade escolhida. As edificações que existem no entorno são praticamente de domínio residencial, salvo algumas exceções que possuem uma tipologia diferenciada e que apresentam uso misto.



Imagem 18: **Edificação existente na propriedade**
Fonte: Vinícola Don Guerino Ltda, 2009

A gleba determinada para o desenvolvimento da proposta apresenta desníveis que poderão ser favoráveis para o desenvolvimento do projeto. Possui uma área total de 8.700 m², tendo dimensão de 174,00 x 50,00 m. Os ventos dominantes no local sopram de sudeste para noroeste.

3.4.5. VEGETAÇÕES EXISTENTES

O município conta com uma boa área de matas nativas, apesar da forte exploração ocorrida no passado. Várias espécies podem ser encontradas atualmente, como: angico, araçá, araucária, cabriúva, camboatã, cedro, grápia, ipê, canela, etc. Em torno de 60% da área do município é coberta por matas e vegetação rasteira. Além do reflorestamento – acácia, eucalipto e pinus – o solo é utilizado para pastagens e para a agricultura. (PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO FELIZ, 2009)

Já no lote escolhido, a vegetação inexistente, tendo apenas vegetações rasteiras (mato) que exige apenas uma limpeza do local. As demais vegetações existentes já foram citadas anteriormente, como as videiras. Ao sul, existe um plantio de árvores da espécie eucalipto, mas que não irão interferir no lote determinado, pois estão a aproximadamente cem metros do local e atualmente pode-se afirmar que não provocam zonas obscuras ao terreno, ainda que sejam árvores altas e

antigas. Através das imagens 19 e 20 pode-se perceber a existência destas vegetações citadas.



Imagens 19 e 20: **Vegetação existente no entorno**
Fonte: Autora, 2009

4. CONDICIONANTES LEGAIS

4.1.REGIME URBANÍSTICO

4.1.1.Plano Diretor

Atualmente o município de Alto Feliz está desenvolvendo seu Plano Diretor.

4.2.CÓDIGO DE EDIFICAÇÕES

Serão adotadas as leis que regem no Código de Edificações do município de Alto Feliz, Lei nº 153/96, de 25 de abril de 1996. Salienta-se que a propriedade escolhida é em área rural, na qual o município não possui nenhuma lei a ser seguida, porém, ao tratar-se de um Complexo Enoturístico, serão considerados alguns fatores importantes do código de edificações para um bom desenvolvimento posterior. (Anexo A)

4.3.LEIS PERTINENTES

NBR 9077: Saída de Emergência em edifícios;

NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos;

Lei nº 153/96, de 25 de abril de 1996 – Institui o Código de Edificações do município de Alto Feliz.

5. REFERÊNCIAS FORMAIS

Para maior compreensão da intenção de projeto, demonstra-se abaixo algumas obras como referência formal e funcional. Buscou-se referências que demonstrassem inovação arquitetônica e tecnológica, contemporaneidade, flexibilidade, funcionalidade e principalmente uma obra em que a volumetria e a função estivessem ligadas ao entorno imediato, na qual houvesse uma ligação entre o interior x exterior, onde os possíveis eventos que hão de acontecer no Complexo tenham forte ligação com o meio em geral, buscando interpretar através da arquitetura a liberdade de estar no local.

Nestas condições, baseou-se nas características de uma arquitetura onde a presença de planos perpendiculares é que constroem um espaço tridimensional que a partir de uma configuração volumétrica, passam a ser considerada uma arquitetura simples e refinada.

Segundo o arquiteto Arthur Campos Tavares Filho, o minimalismo configura-se como princípio operacional ou aproximação pela qual se busca alcançar a máxima tensão formal e o máximo impacto intelectual ou sensorial utilizando um mínimo de meios.

Após o Movimento Moderno, reaparecem arquiteturas que primam pela busca de um sentido comum tectônico presente no uso rigoroso e asséptico dos materiais, na recriação de espaços diretos e puros, na utilização de formas volumétricas e geométricas simples, na austera utilização de repertórios significativos, na economia de materiais e energias, e na integração com o entorno. (TAVARES, 2008)



Imagem 21: **Bauhaus (Arquitetura funcionalista)**
Fonte: Francisco Silva, 2009

A obra do arquiteto alemão Walter Gropius, a Bauhaus, é um exemplo de funcionalismo arquitetônico: de composições de volumes, predominância das linhas retas, cada parte do edifício definida pela sua função e volumetricamente quase independente das restantes.

Busca-se traduzir na proposta, assim como na obra acima, o rigor da geometria pura, que se destaca pela forte idéia de unidade compositiva decorrente da busca da síntese e do essencial.



Imagem 22: **Casa Kaufmann (Arquiteto Richard Neutra)**
Fonte: Habitually Chic, 2008

Assim como na Casa Kaufmann (originalmente denominada de Kaufmann Desert House), pretende-se no projeto criar variações de malhas tridimensionais, onde as fachadas podem ser vistas como uma composição de superfícies destacadas em diferentes profundidades.

Neutra era conhecido como um profissional que traduzia em seus trabalhos as necessidades de seus clientes com sensibilidade, conceituando suas obras não apenas como trabalhos funcionais, mas também procurava cultivar seus clientes psicologicamente.

Demonstrava em seus projetos, a preocupação da percepção de claro e escuro, o cheio e o vazio, e ainda, o objeto como superfície.

Assim como o arquiteto, busca-se reproduzir no tema proposto, a idéia de que o edifício, a natureza e a humanidade relacionam-se. Para ele a natureza não era o outro, e sim nós mesmos. Traduzia este conceito em sua arquitetura através do uso de divisórias móveis de vidro, espelhos d'água e coberturas que “entram” no exterior, atravessando os limites do edifício.



Imagem 23: **Casa da Cascata (Arquiteto Frank Lloyd Wright)**
Fonte: Helen Roedel, 2007

Na obra predominam elementos naturais, como pedras, vegetação e a própria água, que provêm do próprio local, como constituintes da composição arquitetônica.

Como verificado na obra do arquiteto Frank Lloyd Wright, busca-se o predomínio da horizontalidade, onde extensos planos horizontais de cobertura se associam às janelas em fita sob os mesmos.

Tem-se intenção de aplicar, assim como na Casa da Cascata, ambientes que permitam um panorama voltado para a paisagem presente no local, preocupando-se como o arquiteto preocupou-se com a valorização das visuais das montanhas e das vegetações.

Conforme Wright, ele buscou retratar neste projeto a relação da natureza com o cotidiano do morador: “Quero que viva com a sua cascata. Não quero que a veja, mas que faça parte integrante de sua vida”.



Imagem 24: **Hollywood Residence**
Fonte: Modern House Designs, 2009

Como dizia Leonardo da Vinci: “Aquilo que não tem limite não tem figura”.

Projetada pelo arquiteto John Lautner, a residência combina com seu entorno imediato, auto-referencia e aproxima a paisagem existente do local. Pode-se afirmar que se esta edificação fosse retirada do local ao qual pertence, certamente perderia seu sentido.

Em vista disto, busca-se na proposta esta relação com a vegetação, a visual do local com o meio arquitetônico, onde o visitante poderá usufruir desta estratégia, passando uma sensação pura e atemporal, uma percepção feita de transparências e superposições.



Imagem 25: **Ilustração da relação interior x exterior**
Fonte: Habitually Chic, 2009

Na referência acima, as formas simples, os gestos únicos, a presença conciliada do artificial com o natural, traduzem a idéia da proposta para o Complexo. Pois o objetivo a ser alcançado, é certamente a busca desta relação, assim como o arquiteto, que enfatiza os detalhes e aceita os condicionantes específicos de cada projeto e lugar como um dado positivo.

Igualmente como o profissional, pretende-se nesta pesquisa enfatizar que a proposta para o Complexo Enoturístico é dialogar as formas simples com os condicionantes locais, elevar a paisagem do entorno ao extremo.



Imagem 26: **Casa Kaufmann (Arquiteto Richard Neutra)**
Fonte: Habitually Chic, 2009



Imagem 27: **Oslo Opera House**
Fonte: Escritório de Arquitetura Snohetta

Nas duas obras acima demonstradas, na imagem 24, o uso de transparência, e na imagem 25, justifica-se que não é necessário utilizar-se da transparência e da imaterialidade para atender o máximo com o mínimo de meios, mas pode-se também criar elementos sólidos, opacos, fortes e estáveis.

Têm-se ainda características a serem consideradas da Vinícola Don Guerino, onde possui uma passarela para que o turista possa acompanhar o processo de desenvolvimento de vinhos finos e espumantes, bem como, visualizar os vinhedos da propriedade. Funcionalidade peculiar. Assim como a vinícola, pretende-se traduzir no complexo esta idéia de passagem.



Imagem 28: **Passarela da Vinícola Don Guerino Ltda**
Fonte: Vinícola Don Guerino, 2009



Imagem 29: **Vinícola Don Guerino Ltda**
Fonte: Vinícola Don Guerino, 2009

6. MATERIAIS E TÉCNICAS CONSTRUTIVAS

O objetivo desta etapa da pesquisa é buscar alternativas que venham ao encontro do Complexo Enoturístico, e através desta, encontrar materiais e técnicas que possam transmitir ao visitante a idéia da rusticidade, mas que esta aplicação seja contemporânea como a modernização das vinícolas e empreendimentos recorrentes neste setor.

Um fator favorável para o projeto é a presença abundante de material na região e próximo ao local escolhido, beneficiando assim o município e, consideravelmente, ao meio ambiente. Como citado anteriormente, há a intenção de aplicação de materiais que traduzem a rusticidade e a modernidade, que são fatores fundamentais para o desenvolvimento da proposta.

Na imagem abaixo, a aplicação de concreto maciço que é aplicado na propriedade Herdade do Rocim, em Portugal, são materiais com aspecto simplista, mas que atualmente estão sendo utilizados com maior frequência nas edificações, e além disto, harmonizam com o entorno imediato.



Imagem 30: **Técnica e Materiais aplicados à inovação**
Fonte: Herdade do Rocim, acesso em 26/10/2009

Busca-se adotar materiais que permitam sua aplicação em estado natural de cor e características físicas, estabelecendo uma linguagem arquitetônica integrada com a natureza.

Optou-se, portanto, pelo tijolo maciço cerâmico aparente e a madeira, que remetem ao passado, que através da aplicação deste material, a idéia principal é traduzir a história do povo local e principalmente a história de uma longa jornada dos imigrantes italianos. Além disto, como citado anteriormente, este produto é abundante na região do Vale do Caí, o que incentiva a produção local e diminui gastos energéticos com o transporte.

O concreto aparente, por sua vez, será o material equilibrador, neutralizando a composição que há de ser realizada.

7. PROJETO ANÁLOGO

O projeto pesquisado e fundamentado como exemplo para a proposta apresenta um programa de necessidades e atividades idênticas ao que será proposto para o Complexo Enoturístico para o município de Alto Feliz.

O exemplo retrata uma vinícola de Portugal, a Adega Herdade do Rocim. É uma propriedade situada na região do Baixo Alentejo, entre as cidades de Vidigueira e Cuba, uma das regiões vitivinícolas mais dinâmicas de Portugal. Com cerca de cem hectares, onde aproximadamente sessenta hectares são vinhedos. Um empreendimento focado na produção de vinhos, bem como, na qualidade estética de sua arquitetura, na qual funciona como um elemento de marketing e promoção, qualificando a região em que está inserida.

Tal projeto permite a união e relação entre diversas atividades em tempo simultâneo, na qual permite realizar eventos sociais ou até simples encontros e passeios turísticos no mesmo complexo sem que uma atividade interfira na outra.

A vinícola, portanto, permite diversos tipos de eventos, dentre estes: culturais, sociais, e de lazer. Compreende estrutura para um encontro de empresas, para a realização de congressos e de apresentações, para um convívio entre amigos e familiares, para visitas de escolas ou para apenas uma simples visita, em um passeio turístico em ambientes diferentes.



Imagem 31: **Vista geral Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim



Imagem 32: **Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim

Assim como a vinícola citada, o complexo busca exatamente suprir estas necessidades e curiosidades do visitante, na qual terá estrutura capaz de suportar o fluxo de pessoas que virão usufruir deste espaço, ainda que tornar-se exclusivo na região da Encosta da Serra Gaúcha, sendo um diferencial na região. As ilustrações abaixo demonstram a intenção de projeto, que assim como na Adega Herdade do Rocim, no Complexo também haverá espaços para eventos de empresas, congressos e apresentações em geral.

Percebe-se que na Adega do Rocim, a utilização da madeira nos ambientes internos é intensa, e conseqüentemente, refletem no aconchego que certamente o arquiteto responsável ansiou em alcançar.



Imagem 33: **Recepção da Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim



Imagem 34: **Espaço interno da Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim



Imagem 35: **Espaço interno da Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim

Observa-se a importância que o meio externo possui perante o espaço interno. Na Adega do Rocim, a integração dos meios (externo x interno) acontece de maneira natural.

Ressalta-se também, o cuidado que o profissional teve ao inserir o volume no contexto, pois a linha do horizonte foi mantida, pelo fato do complexo estar inserido horizontalmente no lote, causando mistério e curiosidade ao visitante ao adentrar no empreendimento.

Um diferencial nas atividades que a adega oferece é a Vinha Pedagógica, onde o visitante contata com as diferentes castas que há no local, em diferentes estágios e fica a conhecer um pouco mais sobre a videira e a uva. Fator relevante para o que se propõe no Complexo, pois se procura densificar atividades para que o turista queira sempre voltar ao local, bem como, divulgar o complexo para que assim, este torne-se o diferencial no Novo Mundo do Vinho.

Ainda é possível analisar as salas de degustações oferecidas pelo complexo Rocim, onde demonstram ser salas modernas e amplas. Nota-se ainda, a ênfase nas vistas privilegiadas, mesmo não envolvendo o meio natural, mas o produto principal do tema, o vinho.



Imagem 36: **Sala de degustação da Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim



Imagem 37: **Restaurante da Adega Herdade do Rocim**
Fonte: Herdade do Rocim

O restaurante atende naturalmente às necessidades da adega, notando-se um diferencial moderno e luxuoso, porém, sempre com ligação direta ao tema focado, a uva e o vinho, na qual é possível perceber nos painéis fixados junto às paredes do ambiente.

A presença de cores quentes auxilia na caracterização da edificação da propriedade, onde o vermelho está presente em grande parte, bem como, tons terrosos, padrões muito utilizados neste tema.



Imagem 38: **Presença de recursos de cores**
Fonte: Herdade do Rocim

O arquiteto que criou este projeto, Carlos Vitorino, determina seu projeto como um edifício que se caracteriza e distingue-se do restante das vinícolas, justamente pelo seu lado “paisagem”, pois tem-se a noção de onde começa e de onde termina, a noção de onde afinal isto é jardim e de onde nasce esta estrutura que é edifício. Vitorino afirma que o empreendimento possui “um lado fabril, industrial, duro, técnico e masculino, e um lado doce, harmonioso, contínuo, que se insere na paisagem”. (VITORINO, 2008)



Imagem 39: **Integração do espaço externo x interno**
Fonte: Architectural Grammar



Imagem 40: **Relação do empreendimento com a linha do horizonte**
Fonte: Architectural Grammar



Imagem 41: **Interior da vinícola Herdade do Rocim**
Fonte: Architectural Grammar

8. OBJETIVOS DA PROPOSTA

O principal foco da presente proposta será a elaboração de um projeto arquitetônico que englobe inovações, conhecimento cultural, atrativos enogastronômicos, conhecimento das tradições, as paisagens e os eventos relacionados à cultura do vinho, traduzidos e reunidos em um complexo junto à vinícola Don Guerino, buscando a relação da paisagem natural existente. (Imagem 42)



Imagem 42: **Paisagem local existente**
Fonte: Autora, 2010

O projeto levará em consideração as pré – existências do local, conforme citado anteriormente a Vinícola Don Guerino, a cultura e a paisagem, a fim de elaborar um conjunto harmônico, tornando-se um pólo atrativo para os visitantes.

Assim, justifica-se o fato da escolha do lote ao lado da Vinícola Don Guerino, que segundo Lemos (2005) “o turista é atraído pela contextualização, pela substância social que dá origem e transforma o valor turístico”.

O autor ainda enfatiza que o “o valor turístico está assentado no conjunto de produtos sociais de uma comunidade no espaço e no tempo”. (LEMOS, 2005)

Objetiva-se através deste Complexo, tornar o município de Alto Feliz uma “marca” regional que se diferencia do restante do mercado, juntamente com a colaboração do Complexo Enoturístico e a vinícola Don Guerino. Tem-se um fator favorável, pois o município apresenta potencialidades relevantes para tal empreendimento, como o posicionamento da localidade, o qual fica próximo de Farroupilha, este que possui turismo focado no mercado comercial e religioso, e está ainda no fluxo entre Gramado e Bento Gonçalves. A localidade conta também com

belezas naturais que permite desenvolver uma rota de aventuras, e finalmente o potencial enogastronômico, que será reforçado no complexo a ser projetado.

Pretende-se com a implantação do Complexo Enoturístico, desenvolver uma valorização mais expressiva da “marca” regional, aumentar a competitividade mercadológica do município juntamente com o projeto, a possibilidade de melhorar a qualidade de vida dos residentes locais e mais empregos diretos, reforçando a identidade local e potencializando a sua projeção e comercialização em diferentes mercados.

As marcas regionais, aliadas a outras características, tornaram-se atrativos turísticos. Com isso, muitas pessoas buscaram conhecer os produtos em sua origem, o que favoreceu os deslocamentos e mudou as características dos destinos. (VALDUGA, 2007)

Para alcançar estes objetivos, é necessário basear-se na infra-estrutura turística que está em fase de desenvolvimento pelo município de Alto Feliz (BRAMBATTI, 2009), na qual distingue-se em três tipologias, dentre elas estão:

- a) Turismo cultural – com forte acento na cultura alemã, pelo patrimônio material e imaterial existente;
- b) Ecoturismo e turismo de aventura – por uma natureza exuberante em águas e cascatas;
- c) Enoturismo – pela implantação da vinícola Don Guerino, voltada à produção de vinhos finos, com qualidade e gastronomia.

Para tanto, procura-se através da proposta, considerar os potenciais do município, focando na atividade turística como uma alternativa de desenvolvimento social mais justo, economicamente mais viável e ecologicamente correto, onde o visitante e a população residente do local possam usufruir.

Busca-se alcançar nesta pesquisa, a comprovação do potencial do município para esta atividade, na qual Moesch (2004, apud VALDUGA, 2007) afirma que há uma experiência ao usufruir determinado espaço e serviço, e que isto é determinante para a sustentabilidade de um destino turístico. Segundo o autor, um produto, constituído dessa maneira, justifica a análise de outras categorias, como o imaginário e a experiência que o turista apresenta perante novas experiências.

8.1.METODOLOGIAS E INSTRUMENTOS DE TRABALHO

A pesquisa foi desenvolvida em três etapas distintas. A primeira aborda a proposta do projeto, através de pesquisas, leituras científicas, artigos, levantamento fotográfico e ainda consultorias com professores/profissionais da área de turismo no Rio Grande do Sul.

É analisado ainda nesta etapa o sistema viário local e regional, informações sobre a região e a proposta, sítio, entorno, definição do programa de necessidades. A segunda etapa consiste na elaboração e apresentação do anteprojeto arquitetônico, demonstrando as intenções reais, e a última etapa consistirá no projeto final com os devidos detalhamentos.

8.2.CONCEITO DA PROPOSTA

O Complexo Enoturístico vai ao encontro da realização de um desejo dos proprietários da Vinícola Don Guerino e na busca de desenvolver o crescimento cultural da população, que ao miscegar-se com outras culturas e etnias tende a evoluir progressivamente, estabelecendo a integração entre visitantes e usuários, que é compreendida pelos funcionários, comunidade e turistas.

A concepção do Complexo Enoturístico é o produto principal da estrutura oferecida, a uva, pois neste projeto tudo se relacionará diretamente ao cultivo e a apreciação desta fruta que transmite curiosidade e prazer em conhecer. Da uva faz-se o vinho, no qual se tornou um produto muito apreciado no decorrer dos anos pelos estrangeiros e principalmente pelos brasileiros, que gradativamente vem valorizando o produto nacional bem como apreciando os empreendimentos voltados para os vinhos finos e espumantes.

Através desta concepção, busca-se através do slogan¹² da EMBRAVIN¹³, tornar a edificação um marco de visitas, conhecido internacionalmente, e como citado anteriormente, torná-la um diferencial da Encosta da Serra Gaúcha.

Portanto, o objetivo do projeto proposto busca a integração do espaço edificado com a paisagem local, incluem-se aqui, as vegetações e montes presentes na área, e principalmente, os vinhedos da propriedade da Vinícola Don Guerino.

8.3.PROGRAMA DE NECESSIDADES

Baseando-se na proposta do projeto e nas pesquisas realizadas sobre o respectivo tema, elabora-se um programa de necessidades que segue na tabela 4. Salienta-se que houve um embasamento para a criação do programa de necessidades no Trabalho Final de Graduação da acadêmica de Arquitetura e Urbanismo, Érica Dall’Asta, formada em 2009/01, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em que seu tema proposto assemelha-se com o tema presente. Baseou-se também, em livros de dimensionamento humano para espaços interiores.

Tabela 4: **Dimensionamento dos espaços internos do Complexo Enoturístico**

AMBIENTE	ÁREA PREVISTA (M ²)	DESCRIÇÃO DO USO	MOBILIÁRIO NECESSÁRIO
ADMINISTRAÇÃO			
Recepção	50,00 m ²	Área destinada à recepção de visitantes, além de ser um ambiente de passagem.	* 01 balcão de atendimento; * 03 cadeiras;

¹² “ABRA E SE ABRA. ABRA SUA CABEÇA, ABRA UM VINHO BRASILEIRO.” Nova campanha institucional para o mercado nacional e internacional. Traduz o novo posicionamento dos vinhos brasileiros no mundo do vinho.

¹³ IBRAVIN: Instituto Brasileiro do Vinho

Sanitário social feminino masculino	24,00 m ²	Unidade sanitária com a finalidade de atender aos públicos feminino e masculino.	* Box sanitário; * Box especial; * Lavatórios;
Sala da gerência	15,00 m ²	Área exclusiva da gerência.	* 01 estação de trabalho; * 01 cadeira executiva; * 02 cadeiras; * 01 armário
Sala de reuniões	15,00 m ²	Espaço destinado a reuniões administrativas.	* 01 mesa de reuniões; * 06 cadeiras;
Administração	40,00 m ²	Ambiente destinado à execução de atividades administrativas	* 01 balcão de atendimento; * 04 estações de trabalho; * 04 cadeiras; * 04 armários;
Sala de segurança	10,00 m ²	Espaço para o controle e monitoramento da segurança do complexo.	* 01 cadeira; * 01 estação de trabalho; * 01 armário;
Sanitário administrativo feminino masculino	25,00 m ²	Unidade sanitária com a finalidade de atender aos funcionários feminino e masculino.	* Box sanitário; * Box especial; * Lavatórios;
RESTAURANTE, CAFÉ E CHAMPANHARIA			
Restaurante (capacidade: 400 pessoas)	300,00 m ²	O restaurante visa atender aos visitantes demonstrando as peculiaridades italianas.	* 100 mesas com 04 cadeiras/cada mesa; * recepção; * serviço de bebidas; * balcão de atendimento;
Café (capacidade: 40 pessoas)	50,00 m ²	O café visa atender aos visitantes que desejam realizar encontros com amigos durante o dia ou final da tarde.	* 10 mesas com 04 cadeiras; * recepção; * balcão de atendimento;
Champanharia (capacidade: 40 pessoas)	50,00 m ²	A champanharia visa atender aos visitantes que desejam prestigiar um bom espumante com amigos.	* 10 mesas com 04 cadeiras; * recepção; * balcão de atendimento;
Terraços	100,00 m ²	Terraços com vista para os vinhedos, jardins e	* estares;

		paisagem natural.	
COZINHA			
Área de preparo das refeições e lavagem de louças	120,00 m ²	A cozinha atenderá serviços do restaurante e do café.	* pias; * 01 fogão industrial; * 01 churrasqueira; * 01 forno industrial; * 02 geladeiras; * 01 freezer; * mesas;
Dispensa	15,00 m ²		* prateleiras;
ESPAÇO CULTURAL			
Museu	100,00 m ²	Salão destinado a demonstração da história da uva e vinho.	
Sala de exposições	50,00 m ²	Sala destinada para eventuais oportunidades de mostras.	* 01 mesa; * 02 cadeiras;
Auditórios (salas multiusos)	300,00 m ²	Espaço destinado a palestras e cursos, apresentação de filmes técnicos, mostrando o desenvolvimento da viticultura e enologia no Brasil e no mundo. Sala destinada para eventos regionais relacionados ao tema (simpósios e congressos). Salão destinado às avaliações nacionais e internacionais de vinhos finos.	* palco; * poltronas; * mesas;
LOJAS			
Varejo de vinhos e acessórios	30,00 m ²	Espaço comercial e divulgação.	* balcão de atendimento; * 02 cadeiras; * prateleiras; * cristaleiras/armários;
Farmácia	15,00 m ²	Apoio (casos de emergência).	* balcão de atendimento; * 01 cadeiras; * prateleiras;
ÁREA DE SERVIÇOS			

Portaria de serviço/ponto	10,00 m ²	Acesso exclusivo de funcionários.	
Vestiário e sanitário feminino masculino	30,00 m ²	O vestiário é destinado aos funcionários que necessitam realizar troca de roupa antes e após o serviço	* 02 vaso sanitário; * 02 ducha; * 02 lavatório; * armário com chaves;
Almoxarifado	40,00 m ²	Área com a função de armazenar: material de limpeza do complexo, material de manutenção, material de escritório; máquinas e ferramentas.	* 01 mesa; * 02 cadeiras; * estantes; * prateleiras;
Lavanderia Governança	30,00 m ²		* tanque de lavar roupa; * 01 máquina de lavar secar; * mesa de apoio; * armário;
ÁREA DE RECEBIMENTO			
Doca de carga e descarga	25,00 m ²	Área destinada ao recebimento e despacho de materiais.	* 01 mesa; * 01 cadeira; * balcão de atendimento; * 01 armário; * 01 terminal de trabalho;
Depósito de lixo seco	10,00 m ²	Depósito.	* latas de lixo seletivo;
câmara frigorífica de lixo úmido	10,00 m ²	Depósito.	* câmara frigorífica;
ÁREA DOS EQUIPAMENTOS			
Central de gás	10,00 m ²	Depósito.	
Sala de transformadores	10,00 m ²		
ESTACIONAMENTOS			
Estacionamentos externos	4.500 m ² (300 vagas)		
ÁREA TOTAL DO COMPLEXO_5.984 M² (COM ESTACIONAMENTOS)			

Fonte: criação da autora

8.4.HIPÓTESES DE OCUPAÇÃO DO TERRENO

Após realização de estudos de viabilidade, levantamento de programa de necessidades e seus quantitativos, o estudo da insolação solar e ventos predominantes, análise do entorno e lote e a acessibilidade de acordo com as vias de acesso, desenvolveu-se um estudo de uma provável ocupação do lote escolhido, levando-se em consideração sempre o conceito adotado.

8.4.1.Zoneamento

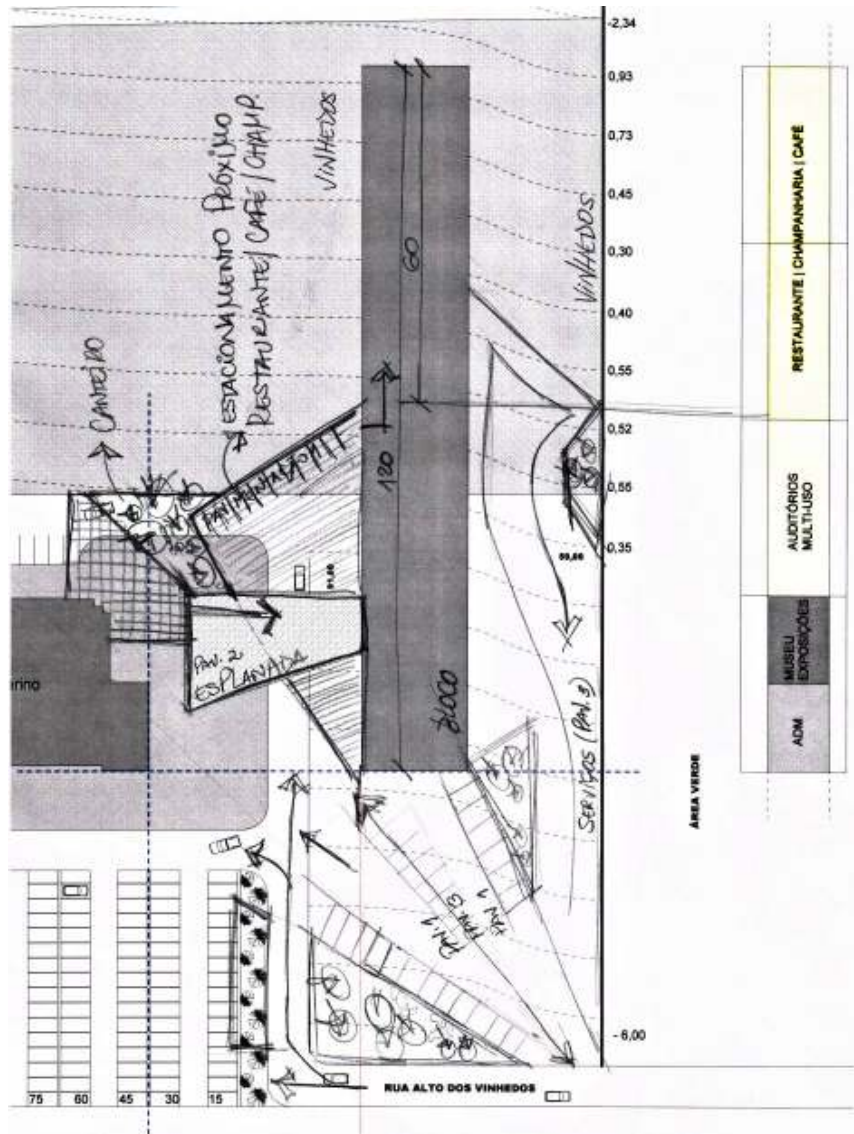


Imagem 43: Zoneamento (sem escala)

Fonte: Autora, 2010

Neste zoneamento, propõe-se a disposição do bloco de maneira que este torne possível todos os objetivos procurados na presente pesquisa. A busca pela apreciação da paisagem local se dará em basicamente dois pontos fortes; a idéia de uma “passarela” subterrânea que irá remeter a idéias de caves, bem como, traduzir neste elemento a passarela existente na Vinícola Don Guerino, empreendimento que servirá de complemento para o Complexo Enoturístico. O segundo ponto na qual receberá destaque será no café e chamanharia, pois estes ambientes serão inseridos no extremo do bloco, permitindo a apreciação da visual existente.

O objetivo é a busca pelo espaço externo.



Imagem 44: **Organograma do programa de necessidades**
 Fonte: criação da autora, 2010

CONCLUSÃO

A concepção do Complexo Enoturístico será vinculada ao produto principal do tema, a uva, pois neste projeto tudo se relacionará diretamente ao cultivo e a apreciação desta fruta que transmite curiosidade e prazer em conhecer. Da uva faz-se o vinho, no qual tornou-se um produto muito apreciado no decorrer dos anos pelos estrangeiros e principalmente pelos brasileiros, que gradativamente vem valorizando o produto nacional bem como apreciando os empreendimentos voltados para os vinhos finos e espumantes.

Assim sendo, esta pesquisa foi desenvolvida com o intuito de comprovar a potencialidade que o município de Alto Feliz tem perante o setor turístico da Encosta da Serra Gaúcha, bem como, evidenciar que há capacidade de suportar um novo empreendimento, um Complexo Enoturístico, onde obteve-se fatos comprovadores de que o primeiro passo para elevar o turismo de uma localidade é criar uma imagem que sirva como impulso para a determinação do local como destino.

A iniciativa de introduzir no início da Serra Gaúcha um Complexo Enoturístico de fato é convincente, pois como visto nas afirmações, este envolve história, cultura, arte, folclore, culinária, enfim, o desenvolvimento sócio-cultural de um povo.

Para tanto, será necessário criar condições e viabilizar ações que atendam as expectativas do turista, bem como atender a necessidade do empreendedor, pois no Brasil esta atividade é recente.

Finalmente, considera-se que a pesquisa propiciou um grande conhecimento nessa área. O objetivo deste tema será plenamente concretizado com a implementação do Complexo Enoturístico no município de Alto Feliz, trazendo assim, inovação e crescimento à localidade.

REFERÊNCIAS

- A arquitetura moderna na primeira metade do século XX: da Bauhaus ao funcionalismo racionalista e ao organicismo. Disponível em: <<http://www.esfcastro.pt:8079/users/franciscosilva/arquiteturafuncionalista.html>>. Acesso em: 22 out. 2009.
- Adega Herdade do Rocim. Disponível em: <<http://www.herdadedorocim.com>>. Acesso em: 24 out. 2009.
- BRAMBATTI, Luiz Ernesto. Plano Municipal de Turismo. Alto Feliz, RS: Prefeitura Municipal de Alto Feliz, 2009.
- Casa da Cascata. Publicado por Helen Roedel em 16 abr. 2007. Disponível em: <<http://www.rodel-la.com/core/index.php?option=com-tag&tag=arquitetura&tag-id=21>>. Acesso em: 03 dez. 2009.
- Centro Brasileiro da Construção em Aço. Disponível em: http://www.cbca-ibs.org.br/nsite/site/acervo_obra_visualizar.asp?CodAcervoObra=209&Categoria=0&Pgn=15. Acesso em: 05 dez. 2009.
- Centro Brasileiro da Construção em Aço. Disponível em: http://www.cbca-ibs.org.br/nsite/site/acervo_obra_visualizar.asp?CodAcervoObra=300&Categoria=0&Pgn=11. Acesso em: 05 dez. 2009.
- Centro Brasileiro da Construção em Aço. Disponível em: http://www.cbca-ibs.org.br/nsite/site/acervo_obra_visualizar.asp?CodAcervoObra=442&Categoria=0&Pgn=6. Acesso em: 05 dez. 2009.
- CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: morar e cozinhar**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- Cidades.com.br. Disponível em: <http://www.cidades.com.br/cidade/alto_feliz/003483.html>. Acesso em: 21 out. 2009.
- Código de Obras. Lei nº 153/96, de 25 de abril de 1996. Prefeitura Municipal de Alto Feliz.
- DACANAL, José H. et al (Org.) **RS: imigração & colonização**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.
- DALL'ASTA, Érica. Família Troian, Complexo Enoturístico. 2009. Trabalho de Conclusão de Final de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/>. Acesso em 10 set. 2009.
- Escritório de Arquitetura Snohetta. Disponível em: <<http://www.snoarc.mo/#/projects/15/true/all/image/876/>>. Acesso em: 03 dez. 2009.
- FALCADE, Ivanira. **Indicações geográficas, o caso da região com indicação de procedência Vale dos Vinhedos**. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/7364>>. Acesso em: 13 out. 2009.
- FALCADE, Ivanira. **O Espaço geográfico e o Turismo na Região da Uva e do Vinho no Nordeste do Rio Grande do Sul**. In: encontro estadual de geografia, 21, 2001. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
- FÁVERO, Ivane. **Enoturismo nas Regiões Vitivinícolas Serra Gaúcha e Vale dos Vinhedos (Brasil)**. Bento Gonçalves, [2008?]

Guia da Serra Gaúcha - - Porto Alegre: L&PM/O Pioneiro, 1998.

GOOGLE EARTH. **Alto Feliz**. Imagem satélite, color. Escala indeterminada. Disponível em: <<http://earth.google.com/intl/pt/>>. Acesso em 17 ago. 2010.

Habitually Chic, 2008. Disponível em: <<http://habituallychic.blogspot.com/2008/03/Kaufmann-house.html>>. Acesso em: 03 dez. 2009.

HALL, Colin. M. **Planejamento turístico: políticas, processos e planejamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

Hollywood Residence. Disponível em: <<http://www.trendir.com/house-design/glass-wall-home-in-the-hollywood-hills.html>>. Acesso em: 03 dez.2009.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografias e Estatísticas). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatística/população/contagem2007/default.shtm>>. Acesso em: 21 out. 2009.

Ibravin (Instituto Brasileiro do Vinho). Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br>>. Acesso em: 20 out. 2009.

LE MOS, Leandro de. **Turismo: que negócio é esse? Uma Análise Econômica do Turismo**. São Paulo: Papirus, 1999.

LE MOS, Leandro de. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005.

LUCHESE, T. CAPRARA, B., **Bento Gonçalves História e Memória: distrito do Vale dos Vinhedos**. Porto Alegre. Fundação casa das Artes, 2001.

MOESCH, Marutschka M. **Epistemologia social do turismo**. 2004. Tese (Doutorado) – ECA USP, São Paulo, 2004.

Plano Diretor de Turismo. Alto Feliz, RS. 2009

Prefeitura Municipal de Alto Feliz, RS.

PHILLIPS, Rod. **Uma breve história do Vinho**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

REJOWSKI, Miriam. **Turismo e pesquisa científica**. Campinas: Papirus, 1996.

REJOWSKI, Miriam (org.). **Turismo no Percurso do Tempo**. São Paulo. Aleph, 2002.

RUSCHEL, Dulce Maria Simon. **Monografia do município de Alto Feliz**. Alto Feliz, 2007.

SCHULTZ, Patrícia. **1000 lugares para conhecer antes de morrer**. Tradução: FIGUEIREDO, Cláudio; JUNIOR, Pedro Jorgensen. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.

SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Rio Grande do Sul). Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/default.asp>. Acesso em 06 dez. 2009.

Site do Vinho Brasileiro. Disponível em: <<http://www.sitedovinhibrasileiro.com.br/folha.php?pag=mostra-região.php&num=VAM>>. Acesso em: 04 dez. 2009.

The New York Times_Arts. Disponível em: <<http://www.nytimes.com>>. Acesso em: 22 out. 2009.

VALDUGA, Vander. Enoturismo: o caso do APL Vale dos Vinhedos. In: BALDISSERA, Rudimar; ARAUJO, Margarete P. (Org.) CONGRESSO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 1º. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2005. Anais... Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

VALDUGA, Vander. **O processo de desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos.** Mestrado – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

Vinhos do Brasil. Disponível em: <<http://www.vinhosdobrasil.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2009.

VITRUVIUS. **Manifestações minimalistas na arte e arquitetura: interfaces e descontinuidades.** Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.088/208>>. Acesso em: 17 ago. 2010.

Wiki: Richard Neutra, 2009. Disponível em: <<http://wapedia.mobi/pt/Richard-Neutra>>. Acesso em: 03 dez. 2009.

ANEXO A – CÓDIGO DE EDIFICAÇÕES DO MUNICÍPIO DE ALTO FELIZ

Serão adotadas as leis que regem no Código de Edificações do município de Alto Feliz, Lei nº 153/96, de 25 de abril de 1996. Salienta-se que o lote escolhido é em área rural, na qual o município não possui nenhuma lei a ser seguida, porém, ao tratar-se de um Complexo Enoturístico, leva-se em consideração alguns fatores importantes para um bom desenvolvimento posterior, tais como:

DOS PRÉDIOS COMERCIAIS OU DE SERVIÇOS

Art. 107 – As edificações destinadas ao comércio em geral e serviços, além das disposições do presente Código que lhe forem aplicáveis, deverão ainda satisfazer as seguintes condições:

1- serem construídas de alvenaria;

2- ter, no pavimento térreo, pé-direito mínimo de:

- a) área até cinquenta metros quadrados (50,00 m²) pé-direito de três metros (3,00 m);
- b) área até cento e cinquenta metros quadrados (150,00 m²), pé-direito de três metros e cinquenta centímetros (3,50 m);
- c) área maior de cento e cinquenta metros quadrados (150,00 m²), pé-direito de quatro metros (4,00 m).

3- ter, nos demais pavimentos, a distância mínima de dois metros e noventa e cinco centímetros (2,95 m) entre pisos consecutivos de destinação comercial e pé-direito mínimo de dois metros e sessenta centímetros (2,60 m); este pé-direito poderá ser reduzido, até dois metros e sessenta centímetros (2,60 m); este pé-direito poderá ser reduzido até dois metros e quarenta centímetros (2,40 m) por forro de materiais removíveis, em compartimentos de área inferior a oitenta metros (80,00 m²) de outras dependências por razões decorativas ou outras;

4- deverão ter pé-direito mínimo de dois metros e trinta centímetros (2,30 m) e passagem mínima de dois metros e dez centímetros (2,10 m);

5- ter piso de material adequado ao fim que se destinar;

6- ter vãos de iluminação e ventilação com área não inferior a um décimo (1/10) da área útil dos compartimentos;

7- ter as portas gerais de acesso ao público com uma largura mínima de um metro e cinquenta centímetros (1,50 m) mais um milímetro e dois décimos (1,2 mm) para cada metro quadrado de área útil, computados todos os compartimentos;

8- ter, quando a área for superior a oitenta metros quadrados (80,00 m²), no mínimo, um gabinete sanitário composto de vaso e lavatório ou, quando a área for superior a oitenta metros quadrados (80,00 m²), no mínimo, um conjunto de dois (2) gabinetes sanitários (gabinete masculino: vaso, lavatório e mictório), (gabinete feminino: vaso e lavatório);

9- ter reservatório de água de acordo com os regulamentos vigentes;

10-ter instalações preventivas contra incêndio de acordo com os regulamentos vigentes;

11- ter estacionamento coberto com área mínima de dois metros e quarenta centímetros (2,40 m) por cinco metros (5,00 m) para cada cento e oitenta metros quadrados (180,00 m²) de área construída.

DOS AUDITÓRIOS, CINEMAS E TEATROS

Art. 119 – As edificações destinadas a auditórios, cinemas e teatros, além das disposições do presente Código que lhes forem aplicadas, deverão ainda satisfazer as seguintes condições:

1- serem construídos de material incombustível, tolerando-se o emprego de madeira ou outro material combustível apenas nas esquadrias, lambris, parapeitos, forros e estrutura de cobertura;

2- terem instalações sanitárias para uso de ambos os sexos, devidamente separados, com fácil acesso, na proporção mínima de um gabinete sanitário masculino (um vaso, um lavatório e dois mictórios) e um gabinete feminino (um vaso e um lavatório) para cada quinhentos (500) lugares, devendo o primeiro gabinete sanitário feminino ter dois (2) vasos sanitários;

3- terem instalações preventivas contra incêndio de acordo com os regulamentos vigentes;

4- terem os corredores, escadas e portas, que deverão abrir no sentido do escoamento, dimensionados em função da lotação máxima, obedecendo o seguinte:

a) terem largura mínima de um metro e cinquenta centímetros (1,50 m), até uma lotação máxima de cento e cinquenta pessoas (150);

b) terem esta largura aumentada na proporção de cinco milímetros (0,005 m) por pessoa, considerada a lotação total e quando esta for superior a cento e cinquenta pessoas (150);

5- terem as poltronas distribuídas em setores, separadas por um corredor, não podendo cada setor ultrapassar o número de duzentos e cinquenta (250) poltronas; as filas, não podendo ter profundidade superior a oitenta (80) poltronas.

Art. 120 – Os auditórios deverão ter vãos de iluminação e ventilação com uma área mínima equivalente a um décimo (1/10) da área útil dos mesmos, exceto quando dotados de instalação de renovação mecânica do ar.

Art. 121 – Os cinemas e teatros deverão ainda satisfazer as seguintes condições:

1- serem equipados, no mínimo, com instalações de renovação de ar mecânica;

2- terem sala de espera contígua e de fácil acesso à sala de espetáculos, com uma área mínima de dez centímetros quadrados (0,10 m²) por pessoa, considerada a capacidade total;

3- terem instalações de emergência para fornecimento de luz e força.

Art. 122 - Os projetos arquitetônicos dos cinemas e teatros deverão ser acompanhados de detalhes explicativos da distribuição de localidades, visibilidade e das instalações elétricas e mecânicas para ventilação e ar condicionado.

Art. 123 – As cabinas de proteção deverão ser construídas inteiramente de material incombustível e serem completamente independentes da sala de espetáculos, com exceção das aberturas de projeção e visores estritamente necessário.

Art. 124 – Os teatros deverão ainda satisfazer as seguintes condições:

1- terem tratamento acústico adequado;

2- terem camarins para ambos os sexos, com acesso direto do exterior e independente da parte destinada ao público;

3- terem os camarins instalações sanitárias privativas para ambos os sexos.