

Enoturismo: Um Estudo Acerca da Visão Brasileira Sobre o Turismo do Vinho

Danilo Henrique Gonçalves Coutinho
Gabriela Patrício Diniz
Jeronimo Nascimento Bulcao
Pyetro Pergentino de Farias

Resumo: O cultivo da uva no Brasil se iniciou em 1535 nos estados de Pernambuco e Bahia, onde atualmente estão presentes as principais regiões vitivinícolas do país. A vitivinicultura se expandiu e fez com que a prática do enoturismo fosse possível nas várias regiões do Brasil. Sendo assim este estudo aborda a visão do brasileiro sobre o enoturismo desenvolvido no Brasil, tendo em vista o aumento do consumo do vinho no país. O presente estudo foi realizado através de uma pesquisa com abordagem quantitativa dividido em duas etapas. A primeira realizada através de um levantamento bibliográfico e documental e a segunda através de uma pesquisa com os brasileiros através de questionário *online*. De acordo com os entrevistados, as regiões mais conhecidas são o Rio Grande do Sul e o Vale do São Francisco. No entanto, este estudo ainda está em fase de elaboração e dados adicionais serão acrescentados e com eles novos achados que poderão demonstrar um novo panorama.

Palavras-chave: Enoturismo; Turismo Rural, Vinho.

Resumen: La plantación de la vid en Brasil empezó el año 1535, en los estados de Pernambuco y Bahía, donde se encuentran actualmente las principales regiones vinícolas del país. El cultivo del vino se ha expandido y resultó la práctica del Enoturismo posible en diversas regiones de Brasil. Por lo tanto, este estudio se centra en la perspectiva brasileña respecto a este tipo de turismo desarrollado en Brasil, en consideración al aumento en el consumo de vino en el país. Este estudio se realizó a través de una investigación con enfoque cuantitativo dividido en dos pasos. El primero se realiza por medio de una investigación bibliográfica y documental y el segundo mediante una encuesta *on line* con brasileños. Según los participantes de la investigación, las regiones más populares son el Rio Grande do Sul y São Francisco Valle. Sin embargo, este estudio está aún en curso y se incrementarán los datos adicionales, y con ellos nuevos hallazgos que pueden mostrar un nuevo panorama.

Palabras clave: Enoturismo; Turismo; Vinos.

Introdução

O crescimento do consumo de vinho no Brasil tem despertado o interesse, tanto dos visitantes como dos representantes das vinícolas, para um segmento turístico denominado enoturismo. Tal atividade pode ser compreendida como um segmento do fenômeno turístico, que implica o deslocamento de pessoas motivadas por todo o contexto da vitivinicultura como também pela apreciação das tradições, da cultura e das particularidades das regiões produtoras (BRAMBILLA, 2015).

Para Inácio e Cavaco (2010), o enoturismo surgiu após a Segunda Guerra Mundial, com as visitas às caves e adegas, mas foi nos anos noventa que surgiu como fenômeno autônomo.

A profissionalização e o alto nível de qualidade das vinícolas nacionais contribuíram muito para o enoturismo no Brasil, tendo em vista que foram desenvolvidos e elaborados espaços para a recepção dos visitantes. A grande maioria

dos roteiros enoturísticos brasileiros encontra-se no Estado do Rio Grande do Sul, porém, existem regiões vinícolas mais jovens como é o caso do Vale do São Francisco, abrangendo os estados de Pernambuco e Bahia e o Planalto Catarinense, em Santa Catarina, que atualmente também têm despertado muito interesse dos visitantes.

Na contemporaneidade, o vinho vem despertando o interesse e a curiosidade de pessoas de diversas regiões do país, tornando este tipo de turismo uma oportunidade de negócios, já que a vitivinicultura brasileira tem melhorado a cada dia chegando a competir com mercados internacionais, além de ganhar muitos adeptos que desejam conhecer de perto como o vinho é elaborado, como acontece o cultivo da videira, além de conhecer um pouco da sua história e tradição.

Neste contexto, o presente estudo tem por objetivo conhecer a opinião dos brasileiros sobre o enoturismo no país, de forma a verificar as regiões mais conhecidas no país e as mais visitadas internamente.

Enoturismo: Origem e Características

Segundo Inácio e Cavaco (2010), o enoturismo surgiu após a Segunda Guerra Mundial, com as visitas às caves e adegas, mas foi nos anos noventa que surgiu como fenômeno autônomo. Este segmento encontra-se, evidentemente, relacionado com os processos de produção e comercialização do vinho, englobando o cultivo das uvas, a sua produção e, claro, a degustação (BRAMBILLA, 2015).

Segundo Zanini e Rocha (2010), o vinho tornou-se a motivação e deslocamento de indivíduos para as regiões produtoras do mesmo há séculos, porém, somente nas últimas décadas é que o cultivo da videira e a elaboração de vinhos se consolidaram mundialmente como atrativos turísticos.

O Brasil devido à sua evolução na qualidade da produção vinícola vem tornando-se destino enoturístico de visitantes motivados não apenas em apreciar e degustar a bebida, mas também buscam conhecer a cultura da localidade produtora (TONINI, 2005). A autora ainda afirma que existem evidências de que a prática do turismo ligada ao vinho não tem apenas um grande potencial turístico, mas de desenvolvimento econômico e social para as regiões produtoras brasileiras.

Metodologia

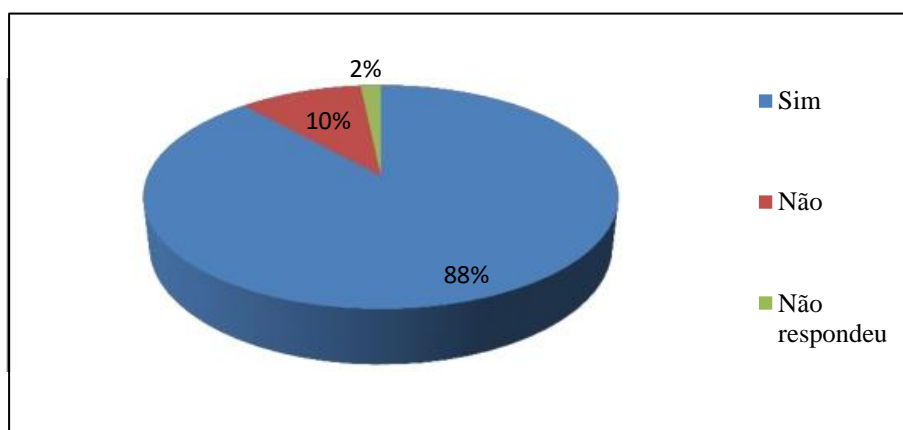
O presente estudo foi realizado através de uma pesquisa quantitativa com o intuito de conhecer a opinião dos brasileiros sobre o enoturismo no país. A pesquisa foi dividida em duas fases: a primeira constitui-se em uma pesquisa bibliográfica e documental e a segunda em uma pesquisa com os brasileiros, através de questionários online.

A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros, artigos científicos, documentos e sites da internet que abordassem as questões temáticas relacionadas ao turismo, ao enoturismo e às regiões enoturísticas brasileiras. No que se refere à pesquisa de campo, o estudo se encontra em fase de aplicação dos questionários, sendo que neste trabalho apresentamos os resultados parciais obtidos com a aplicação de 120 questionários.

Resultados E Discussões

Os principais resultados demonstram que a maioria (71,2%) dos indivíduos entrevistados conhece o termo enoturismo e acredita que o mesmo é uma opção para o desenvolvimento do turismo no Brasil (88%), conforme gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Enoturismo Como Fator De Desenvolvimento Do Turismo No Brasil.

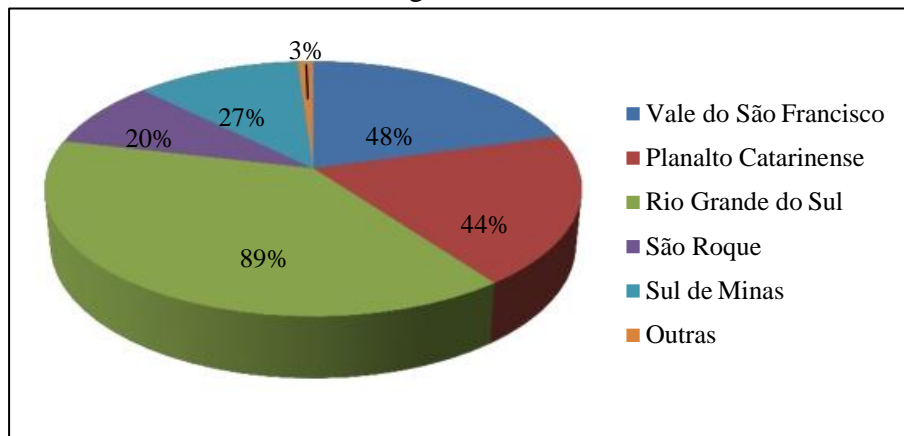


Fonte: Pesquisa (2017)

Na questão sobre as regiões vinícolas mais conhecidas os respondentes citam em primeiro lugar, com 89%, o Rio Grande do Sul, onde está presente o Vale dos Vinhedos, Bento Gonçalves e Garibaldi. Em seguida, com 48% se destaca o Vale do São Francisco, que abrange os estados de Pernambuco e Bahia, e com 44% o Planalto

Catarinense no estado de Santa Catarina. Outras regiões citadas são o Sul de Minas Gerais com 27% e a região de São Roque (SP) com 20%, conforme gráfico abaixo:

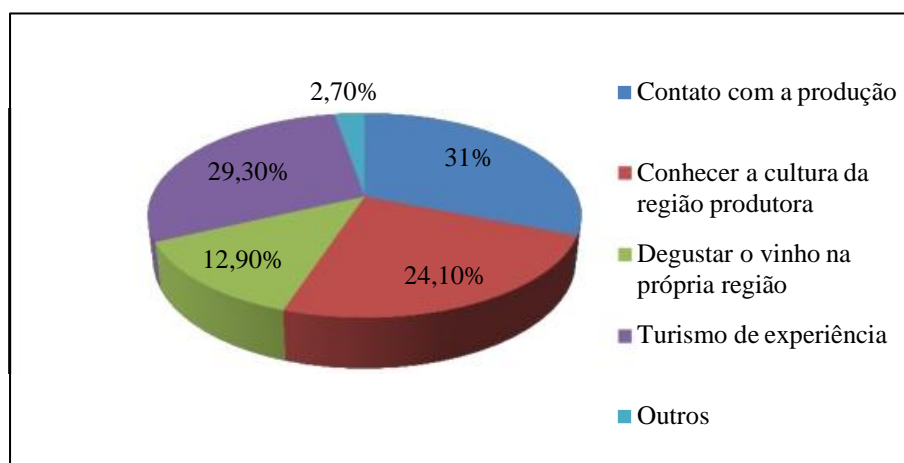
Gráfico 2 – Regiões Vinícolas Mais Conhecidas



Fonte: Pesquisa (2017)

Os principais fatores que motivam os respondentes à prática do enoturismo pode-se citar: o contato direto com o processo de produção de vinho (31%), seguido do turismo de experiência (29,30%), do conhecimento da cultura local (24,10%) e da oportunidade de saborear o vinho no local em que foi produzido (12,90%), conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 3 – Fator Motivador



Fonte: Pesquisa (2017)

Considerações Finais

O presente estudo aborda a visão do brasileiro sobre o enoturismo desenvolvido no Brasil. Essa atividade está em expansão, tendo em vista que o consumo do vinho tem aumentado no país nos últimos anos, sendo ele um elemento que reforça a identidade local a qual recentemente tem se tornado um importante atrativo turístico. Pode-se observar que de acordo com os entrevistados o enoturismo é um segmento importante para o desenvolvimento turístico e as regiões mais citadas são o Rio Grande do Sul e o Vale do São Francisco.

No entanto, este estudo ainda está em fase de elaboração e dados adicionais serão acrescentados e com eles novos achados que poderão demonstrar um novo panorama.

Referências

BRAMBILLA, A. **Cultura e Enoturismo**: um estudo na Região Demarcada do Douro. Portugal: NEA Edições, 2016.

GERHARDT, T. E. SILVEIRA, D.T. **Métodos de pesquisa**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

INÁCIO, A.I., & CAVACO, C. (2010). Enoturismo em Portugal, forma de desenvolvimento regional e afirmação local. Revista Turismo e desenvolvimento, Portugal

PEREZ, A.S. (Org.). **Introdução a metodologia da pesquisa em turismo**. São Paulo: Roca, 2005.

TONINI, H. (2005). Construção da identidade em rotas enoturísticas na serra gaúcha. Acedido Janeiro 20, 2014 em <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=11698>.

ZANINI, T. V.; ROCHA, J. M **O Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE)**, 2010. Revista Turismo em Análise. Vol. 21 N°1, Abril de 2010.