

10 e 11 de setembro de 2004

ENOTURISMO: O VINHO COMO PRODUTO TURÍSTICO

Eliza Bianchini Dallanhol Locks¹

Hernanda Tonini²

Resumo: A pesquisa em questão se refere ao Enoturismo, que encontra no vinho seu agente motivacional. Através da pouca bibliografia existente, entrevistas e visitas técnicas, foi feito um levantamento dos aspectos gerais das principais localidades enoturísticas no mundo, possibilitando explicar o significado e importância da atividade turística associada ao vinho, uma bebida que acompanha o homem desde a Antiguidade. Devido ao gosto por esta bebida, um número considerável de indivíduos se desloca de sua residência fixa, fazendo com que uma gama de outros produtos e serviços sejam disponibilizados ao turista, ocasionando uma inter-dependência entre eles, criando desta forma o que grande parte dos autores defendem: um produto turístico. O prazer proporcionado ao saborear um vinho vai muito além dos sentidos físicos; torna-se um momento lúdico, compartilhado com idéias e sentimentos. O Por fim, percebe-se que o Enoturismo não é apenas mais uma ramificação da indústria turística, mas sim uma oportunidade de resgatar a história da humanidade.

Palavras-chave: Enoturismo; vinho; produto turístico; motivação; cultura.

ENOTURISMO: O VINHO COMO PRODUTO TURÍSTICO

De acordo com Hall et al. (2000), o vinho e o Turismo estão ligados há muito tempo, mas apenas recentemente têm sido reconhecidos por governantes, pesquisadores e pela indústria turística. Para o Turismo, o vinho é um importante atrativo motivacional. Para a indústria vinícola, o Enoturismo é uma forma de construir relações com os clientes que podem experimentar e conhecer os produtos em sua essência.

Também conhecido como Turismo de Vinhos ou Turismo Enológico, o Enoturismo teve sua origem em meados da década de 1980, no continente Europeu.³ O termo

¹ Eliza Bianchini Dallanhol Locks – Bacharel em Turismo e Hotelaria, Mestre em Economia e Gestão do Turismo pela C.I.S.E.T (Centro Internacional de Estudos da Economia Turística) Ca' Foscari – Itália. Professora do Curso de Turismo da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL (eliza@unisul.br)

² Hernanda Tonini – Bacharel em Turismo (htonini@hotmail.com)

³ Disponível em <http://www.nolasco.cjb.net>. Acesso em: 16 maio 2004.

é resultado da união de *eno* e Turismo, sendo que segundo o Vocabolario Della Língua Italiana, *eno* deriva do grego *oînos* e significa vinho.

Esta atividade é um tipo de Turismo bastante recente, mas de futuro próspero.

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.⁴

Para Giovani Valduga⁵, “Enoturismo é a atividade turística desenvolvida junto às vinícolas.” Ainda na sua visão, é uma forma de trabalhar o Turismo de maneira sustentável, considerando que as localidades que o promovem são referência em qualidade de vida.

Segundo o site do *Department of the Queensland Government State Development* (Departamento do Governo de Queensland para o Desenvolvimento Estadual):

If ‘Tourism’ is simply the provision of goods and services that attract tourists, then ‘Wine Tourism’ is the same but has the added influence of wine. Wine Tourism is not only associated with cellar door wineries, rather all business that are involved in the Wine, Tourism and Associated industries with the wine region. This includes accommodation houses, tour operators, gift shops, national parks etc.⁶

Nesta definição é possível perceber onde o vinho se enquadra ao trabalhar em conjunto com o Turismo, pois o Enoturismo não é visto apenas como uma relação exclusiva com as cantinas, mas com todos os empreendimentos envolvidos com o vinho, com o Turismo e com a associação de indústrias da região vinícola.

Es un turismo en el cual los diversos elementos involucrados en el proceso de elaboración del vino – bodegas, viñedos y su entorno – se colocan en el centro de la experiencia vacacional. En pocas palabras: es capitalizar en el atractivo turístico de las regiones vitivinícolas como estrategia de ventas y mercado.⁷

Juciane Casagrande, responsável pela área comercial da vinícola Casa Valduga, define como “a junção do Turismo ao vinho. Proporciona ao turista passear, conhecer locais,

⁴ Disponível em <http://www.girus.com.br/viagens/conceitos.php>. Acesso em: 04 jun. 2004

⁵ Entrevista concedida no dia 22 de maio de 2004, por Giovani Valduga, estudante de Turismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS) e um dos proprietários da Vallontano Vinhos Nobres, localizada no Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul.

⁶ Se o turismo é apenas a provisão de bens e serviços que atraem o turista, o Enoturismo é a mesma coisa, sofrendo influência do vinho. Enoturismo não está apenas associado com as cantinas, mas também com todos os negócios envolvidos com o vinho, com o turismo e com as indústrias associadas com a região vinícola. Isto inclui meios de hospedagem, guias, lojas de presentes, parques nacionais, etc (tradução da autora). Disponível em <http://www.sd.qld.gov.au/dsdweb/htdocs/global/content.cfm>. Acesso em: 01 jun. 2004.

⁷ É um turismo aonde diversos elementos envolvidos no processo da elaboração do vinho – cantinas, vinhedos e o seu entorno – se colocam no centro da experiência de viagem. Em poucas palavras: é capitalizar o atrativo turístico das regiões vitivinícolas como estratégia de vendas e de mercado (tradução da autora). Disponível em <http://www.vinealis.com/canales>. Acesso em: 01 jun. 2004.

cantinas, parreirais, conhecer o processo de elaboração e degustar vinhos, enfim, tudo que é ligado ao vinho, bem como o dia a dia daqueles que trabalham neste meio.”⁸

Segundo a *Australian Wine Industry* (Indústria de Vinhos da Austrália), a indústria do Turismo e a indústria do vinho estão compartilhando do mesmo objetivo, apresentando aos consumidores a originalidade no local de destino, sejam eles apreciadores de vinho ou turistas.⁹

Informações do Enoturismo no Mundo

De acordo com estatísticas fornecidas pelo *Office International de la Vigne et du Vin* (Escritório Internacional da Uva e do Vinho – OIV), é possível verificar que nos últimos quinze anos a produção e o consumo de vinhos reduziu. Mas segundo as grandes autoridades internacionais do ramo, embora o consumidor esteja bebendo menos, ele está em busca de vinhos de maior qualidade, pois o que reduziu foi a produção de vinhos comuns, mas a fabricação de vinhos finos aumentou. Para Pacheco e Silva (2001), muitos fatores estão desencadeando esta diminuição, entre eles o êxodo rural, a falta de informação com relação ao vinho por parte dos jovens, o alto preço do produto e a falta de publicidade educativa sobre os benefícios da bebida.

Com o aprimoramento do paladar dos consumidores de vinho e as alterações que estão ocorrendo com as preferências do turista, o Enoturismo está se divulgando aos poucos e a necessidade de profissionais preparados para atender o enoturista acompanha este incremento. Na visão de Pacheco e Silva (2001, p. 331): “os profissionais da área de serviços turísticos devem, cada vez mais, se adaptar aos novos interesses desse público, buscando conhecimentos que lhes permitam diferenciar e valorizar seu trabalho.”

Ainda sob a ótica de Pacheco e Silva (2001), as visitas organizadas nos roteiros de vinhos em países como França, Itália, Espanha, Portugal e Alemanha são tão ou mais procuradas que as visitas a museus e monumentos. Estes países localizados na Europa, conhecida como Velho Mundo, trabalham sua oferta gastronômica como um atrativo cultural, pois nesta se reflete e concentra a história, tradição e evolução destes povos, além de considerarem o vinho um patrimônio cultural, pois ele está intimamente ligado a sua tradição histórica e à Gastronomia.¹⁰

⁸ Mensagem recebida pelo endereço eletrônico htonini@hotmail.com, em 16 jun. 2004.

⁹ Disponível em <http://www.wfa.org.au/projectos/winetourism.html>. Acesso em: 01 jun 2004.

¹⁰ Disponível em <http://www.vinealis.com/canales>. Acesso em: 28 maio 2004.

O Instituto de Turismo de Portugal divulga em seu *site* as seguintes características para a atividade: “o Enoturismo ou Turismo Vitivinícola concentra, a propósito do vinho, vertentes ambientais, culturais e gastronómicas regionais e, ainda, diversos outros produtos de que são exemplo o artesanato e o Turismo no Espaço Rural.” Ainda com base neste Instituto, o produto turístico a ser trabalhado são as Rotas de Vinhos, considerando-os uma forma de diversificar a oferta turística nacional, estimulando a capacidade das cantinas, dos atrativos naturais, etnográficos e culturais. Através delas é possível organizar e divulgar o Enoturismo, contribuindo para o desenvolvimento local das regiões vitivinícolas e para melhoria das condições de vida da população.¹¹

A idéia de trabalhar o vinho como um atrativo cultural e turístico nasceu com a criação do Movimento de Turismo do Vinho, na Itália. A associação disponibilizou para os turistas um roteiro de visitação às vinícolas, chamado de “Cantina Aberta”. Durante estes passeios, enoturistas são guiados por locais previamente estudados, descoberta de castelos, museus da cultura colonial e visitas aos vinhedos e às cantinas para degustação de vinhos.¹² Para Karen Gilchrist, “*un tour de vinos, antes que todo, es ‘el viaje de los sentidos’.*”¹³ A manifestação Cantina Aberta deu origem ao *Wine Day* (Dia do Vinho), comemorado mundialmente no último domingo do mês de maio.

Através de informação obtida no *site* do Departamento do Governo de Queensland para o Desenvolvimento Estadual, dentre os benefícios econômicos e sociais que o Enoturismo proporciona às regiões vinícolas e sua indústria, se destaca o incremento de visitantes e da repetição das visitas, o aumento do período de estada dos turistas e conseqüentemente de seus gastos no destino, o acréscimo das vendas no local e o fato de realçar a satisfação dos turistas através da oferta de outras atividades.

Um dos programas de desenvolvimento do Enoturismo na Europa foi apresentado no dia 11 de abril de 2003 pela Assembléia das Regiões Vinícolas da Europa (AREV), a Carta do Enoturismo da Europa, que pretende potencializar os diferenciais das regiões com vocação vitivinícola, agrupando todos os envolvidos e permitindo aos enoturistas escolherem seu destino em nível local, regional e nacional. Atualmente existem na Europa 216 Rotas de Vinhos, subdivididas da seguinte maneira: 98 na Itália, 20 na Slovenia, 17 na Áustria, 16 na

¹¹ Disponível em <http://www.ifturismo.min-economia.pt>. Acesso em: 01 jun. 2004.

¹² Disponível em <http://www.movimentoturismovino.it>. Acesso em: 02 jun. 2004.

¹³ Um *tour* de vinhos, antes de tudo, é a viagem dos sentidos. Disponível em <http://www.planetavino.com/navegacion/navegar>. Acesso em: 28 maio 2004.

Espanha, 15 na França, 15 na Hungria, 11 na Alemanha, 11 em Portugal, 6 na Grécia, 4 na Croácia, 2 na Suíça e 1 na Eslováquia.¹⁴

A Itália, berço do Enoturismo, sempre teve tradição vinícola e praticamente todas as regiões cultivam a vinha. Foi pioneira no Enoturismo com a criação em 1993 da associação *Movimento do Turismo del Vino* (Movimento do Turismo de Vinho – MTV), realizando a manifestação Cantina Aberta. Esta associação sem fins lucrativos é responsável pela divulgação das diferentes rotas do vinho existentes ao longo do país, com o objetivo de aumentar o prestígio e melhorar o desenvolvimento econômico das vinícolas. O *Movimento do Turismo del Vino* possui aproximadamente 900 cantinas italianas cadastradas e tem como objetivo garantir a preservação do meio ambiente e da agricultura de qualidade, promovendo um estilo de vida o mais natural possível, o que se torna um dos atrativos¹⁵.

A segunda edição da Cantina Aberta, realizada em toda Itália pelo MTV, que aconteceu nos dias 29 e 30 de maio de 2003 foi um sucesso, registrando mais de 1,2 milhão de enoturistas, firmando-se como a grande festa do vinho italiano. A manifestação ofereceu aos apaixonados e aos curiosos incansáveis degustações de vinhos, combinadas com produtos típicos expressando as tradições locais, além de iniciativas originais como concertos, espetáculos, músicas folclóricas, itinerários naturalistas arqueológicos, mostra de carros antigos, mostras de arte, entre outras.¹⁶

Para melhor controlar a qualidade da oferta turística, facilitando a divulgação da mesma, a associação criou o *Decalogo dell'Accoglienza*, envolvendo todas as regiões vitivinícolas que se associaram ao *Movimento do Turismo del Vino*. Para representar o nível de qualidade do estabelecimento, a simbologia utilizada é a folha da vinha, que de acordo com os quesitos de espaço e serviço, e método e pessoas, recebe a identificação de três, quatro ou cinco folhas verdes, ou então aquela que significa a máxima qualidade, com cinco folhas douradas¹⁷.

Na Austrália, as vinícolas oferecem além de *tours*, espaços bem montados aos apreciadores, os chamados *cellar doors*, onde realizam as degustações e comercializam os produtos, com atendimento especializado. Algumas vinícolas oferecem como atrativo a mais, restaurante com bela vista para os vinhedos. Além disso, a combinação de música e

¹⁴ Disponível em <http://www.mtv.lombardia.it>. Acesso em: 02 jun. 2004.

¹⁵ Disponível em <http://www.movimentoturismovino.it>. Acesso em: 28 maio 2004.

¹⁶ IBID.

¹⁷ IBID.

Gastronomia que promovem nos jardins tem a capacidade de atrair 50 mil pessoas em um final de semana.¹⁸

Através de uma pesquisa realizada em 1998 por Hall e Johnson,¹⁹ o número de visitantes em todas as vinícolas australianas estava estimado em 3 milhões, sendo que 81,9% são turistas nacionais. Os principais motivos para as visitas são a degustação e a compra de vinhos, pois apenas 7% das vinícolas ofereciam acomodações.

Segundo o *site* da *Winemaker Federation of Australia* (WFA – Federação das Vinícolas Australianas), em 1993, 235 mil turistas estrangeiros visitaram o país. Este número subiu para 456 mil em 1999, sendo que o maior incremento é verificado nas regiões vitivinícolas, que passaram a investir em outros serviços para atender o turista, como alimentação e hospedagem. Para a maioria dos visitantes, a compra de vinhos é a principal motivação. Entre os turistas nacionais, o que mais se percebe são casais sem filhos, de idades entre 40 e 60 anos, com educação superior.²⁰

De acordo com o *site* do Departamento do Governo de Queensland para o Desenvolvimento Estadual, para obter sucesso, cada região tem que potencializar seu diferencial. O primeiro passo é desenvolver um plano de compreensão regional sobre o desenvolvimento do turismo, agrupando os produtos, recursos e potencialidades de mercado, que possibilitará o crescimento do turismo de forma sustentável.

O Enoturismo no Brasil

Na concepção de Pacheco (1995), a qualidade dos vinhos brasileiros tem melhorado gradativamente nos últimos anos. Isso é resultado da busca pelo conhecimento por parte dos enólogos responsáveis, os investimentos em tecnologia europeia e americana e a criação de entidades ligadas ao consumidor de vinhos.

Apesar da significativa melhora da qualidade dos vinhos nacionais, o país é o décimo sétimo produtor mundial de vinhos e o consumo *per capita* é inferior a 2 litros/ano, enquanto que a França, maior consumidor de vinhos no mundo, chega a 60 litros/ano. A exceção desta estatística é a Serra Gaúcha, que consome *per capita* 30 litros/ano (BRAGA; ALZER, 2003).

¹⁸ Disponível em <http://www.revistadigital.com.br/empresas.asp>. Acesso em: 11 jun. 2004.

¹⁹ Material recebido pelo endereço eletrônico elizabd@terra.com.br. Sem bibliografia disponível.

²⁰ Disponível em <http://www.wfa.org.au>. Acesso em: 01 jun. 2004.

De acordo com Splendor (2003), o Enoturismo no Brasil deve destacar a qualidade e a imagem do vinho nacional, ativar a vida turística da região produtora de uva e vinho, destacar os benefícios da bebida, além de estimular o seu consumo. Ainda na visão deste autor, os aspectos que atraem o enoturista são os atrativos culturais, os eventos relacionados e as construções.

Ainda sob a ótica deste autor, “[...] o enoturismo engloba toda a área onde a produção industrial e a de competitividade são oferecidas aos consumidores” (SPLENDOR, 2003, p. 38).

Segundo Pacheco e Silva (2001), a expectativa é que o Brasil consolide sua posição entre os vinte maiores produtores de vinho mundiais, captando um número cada vez maior de turistas nacionais e estrangeiros.

João Alexandre Lombardo²¹ identifica a significativa melhora dos vinhos nacionais, que com a modernização das vinícolas, transformaram-se em pontos de visitação de turistas e interessados em conhecer melhor os vinhos nacionais e seu modo de produção. Ainda na sua visão:

Na esteira do crescimento do interesse dos brasileiros pelos vinhos, roteiros foram traçados nas regiões produtoras e uma nova modalidade de turismo começou a ganhar força: o turismo enogastronômico. Além de estimular a produção e o comércio de vinhos nacionais, essa modalidade de turismo abre novas perspectivas para profissionais e empresas de diversas áreas.²²

Para aumentar a popularidade do vinho no Brasil, foi criado no Rio Grande do Sul o Dia Estadual do Vinho, que será realizado anualmente, no primeiro domingo do mês de junho. A iniciativa partiu de um projeto do deputado Iradir Pietroski (PTB) aprovado por unanimidade na Assembléia Legislativa e sancionado pelo governador Germano Rigotto em 11 de Dezembro de 2003. A data já faz parte do calendário anual de eventos do estado e acontecerá neste período para divulgar os novos produtos do mercado vinícola, além de ser uma época de poucas festas no circuito turístico. Durante o Dia Estadual do Vinho, uma intensa programação artístico-cultural, degustação de vinhos e promoções em hotéis e restaurantes serão disponibilizadas ao turista.²³

Algumas instituições, como é o caso do Banco do Brasil, em parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), com a Secretaria de Estado da Agricultura e Abastecimento do Rio Grande do Sul (SAA-RS) e com o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), estão oferecendo incentivos financeiros para desenvolver a vitivinicultura

²¹ João Alexandre Lombardo é jornalista e professor da Universidade do Sul de Santa Catarina.

²² Mensagem recebida pelo endereço eletrônico htonini@hotmail.com, em 22 jun. 2004.

e o Enoturismo no estado, objetivando garantir a competitividade e sustentabilidade do setor²⁴.

Tamanha é a projeção do vinho nacional que a IBRAVIN realizou no mês de março uma licitação para promoção institucional e publicidade do vinho brasileiro, que terá disponível uma verba de R\$ 455 mil no primeiro semestre, que será triplicada para o segundo semestre.²⁵

Atualmente, o principal destino dos enoturistas no país é a serra gaúcha. Segundo o *Guia de Viñas, Bodegas y Vinos da América do Sul* (2004, p. 251), este destino oferece “[...] ótimos y lindos caminos, naturaleza, clima, gente, historia, vinos y grapas hechas por vñetos.”²⁶

Ainda segundo este Guia (2004, p. 254), a oferta enoturística na Serra Gaúcha supera os demais países latinos, sendo que suas vinícolas estão entre as melhores equipadas em tecnologia.

De cara al enoturismo, las bodegas del Valle de los Viñedos, y otras mas Allá están entre muy bien y soberbiamente pensadas y equipadas para atender los visitantes. En torno a Bento Gonçalves hay una óptima señalización de las rutas del vino entre las bodegas visitables, que no son pocas e incluyen una vital tradición cultural y gastronómica del norte de Itália difusa em toda la Sierra Gaúcha. Em matéria de turismo vinícola estas bodegas, orientadas casi exclusivamente al vasto mercado interno, están a la vanguardia en Sudamérica.²⁷

Apesar destes aspectos positivos, a região ainda não está adequadamente preparada para atender os turistas de forma correta, desde a infra-estrutura até a inexistência da preocupação com o mesmo, que não é um simples consumidor de vinhos. Segundo Pacheco e Silva (2001, p.333):

Ainda é deficiente a assessoria prestada a esses turistas e são poucos os profissionais capacitados a orientá-los. Assim, as visitas às vinícolas acabam sendo precárias e marcadas sobretudo pelo interesse comercial, sem que haja uma maior preocupação dos guias e das empresas em prestar informações e aumentar o conhecimento do turista sobre vinho.

²³ Disponível em <http://www.ibravin.org.br>. Acesso em: 08 jun. 2004.

²⁴ Disponível em <http://www.bb.com.br/noticias>. Acesso em: 31 maio 2004.

²⁵ Disponível em <http://www.ibravin.org.br/detalhes>. Acesso em: 31 maio 2004.

²⁶ Ótimos e lindos caminhos, natureza, clima, pessoas, história, vinhos e *grapas* feitas por vñetos (tradução da autora).

²⁷ De frente com o Enoturismo, as vinícolas do Vale dos Vinhedos, e outras mais além, estão entre as mais equipadas e planejadas para atender aos visitantes. Ao redor de Bento Gonçalves existe uma ótima sinalização das rotas de vinho entre as cantinas que podem ser visitadas, que não são poucas e incluem uma tradição cultural e gastronômica do norte da Itália, difundida em toda a Serra Gaúcha. Em matéria de turismo vinícola estas cantinas, voltadas quase que exclusivamente ao vasto mercado interno, são vanguardas na América do Sul (tradução da autora).

A principal Rota de Vinhos do Brasil é o Vale dos Vinhedos, localizado na cidade de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul. Esta região conseguiu o selo de Indicação de Procedência (IP) Vale dos Vinhedos, o primeiro estudo de demarcação geográfica no Brasil. Isto é importante pois facilita a aceitação do produto do mercado nacional e estrangeiro, considerando que o vinho que recebe este selo possui uma identidade particular, desde aroma, sabor, cor, e as uvas tem que ser obrigatoriamente desta região, não apenas das vinícolas do local. Embora as pequenas cantinas tenham se profissionalizado investindo em tecnologia e se tornando vinícolas renomadas internacionalmente, não esqueceram a história de seu povo. Com a melhoria dos acessos, da sinalização e paisagismo, a construção de hotéis e pousadas e aprimoramento dos restaurantes, o local que antes vivia o Turismo associado a Gramado e Canela, agora ganha vida própria.

De acordo com Splendor (2003, p. 35):

O visitante, para qualquer região a que se destina, no Brasil, encontrará em alguns locais mais, em outros menos, a presença do produto da videira. Mas não é em todos os Estados que desfrutará dos vastos panoramas formados de vinhedos em vales e colinas verdejantes.

O Vale dos Vinhedos é composto por inúmeras cantinas. Uma das principais é a Casa Valduga. Um dos proprietários, João Valduga, afirmou em entrevista *in loco* realizada no dia 15 de maio de 2004, que a enogastronomia é o resultado entre natureza, somado a tecnologia, somado ainda ao equipamento. Esta atividade que está despontando no mundo é muito importante para valorizar vinhos elaborados com altos padrões de excelência, buscando a harmonização do alimento ao vinho que acompanhará a refeição.

A Casa Valduga é uma das pioneiras no Enoturismo no Brasil, pois desde meados de 1980 começou a receber grupos para jantar entre as pipas. A idéia se desenvolveu e hoje a vinícola possui pousadas e restaurantes, espaços próprios para degustação e cursos, locais para que o turista participe da colheita, sem perder, no entanto, a tradição. Exemplo disso acontece na vindima, quando um grupo de turistas visita a cantina para participar do processo de fabricação do vinho. Após auxiliarem na colheita, acompanham o esmagamento das uvas, sendo que este é feito conforme manda a tradição: o mais velho começa a esmagar as uvas com os pés, que neste caso é o “nôno Valduga” (Luiz Valduga), para que depois os demais continuem o processo. Atualmente os investimentos estão voltados para o projeto do Parque Temático, que além da adega, abrigará o varejo com capacidade de atendimento para 300

pessoas, uma sala de convenções com capacidade para 200 pessoas, um restaurante com padrão internacional e a construção da quarta pousada.²⁸

A primeira vinícola ao chegar no Vale dos Vinhedos é a Cordelier, que dispõe de ampla estrutura enoturística, possibilitando ao turista visitar pela cantina, caves, loja de vinhos, degustação e passeio em meio aos parreirais que cercam a empresa. A Cordelier registrou em 2003 o recebimento de 65.147 visitantes, sendo 1.549 excursões e 33.029 particulares. Como comparativo, no mês de janeiro de 2003 a vinícola recebeu 4.810 turistas e em 2004 este número subiu para 7.960 pessoas, um incremento de 47%. O mês de maior movimentação em 2003 foi julho, recebendo 11.274 visitantes. Para julho deste ano, a Cordelier projeta um crescimento de 50%.²⁹

Outra cantina localizada no Vale dos Vinhedos é a Vallontano que está entrando aos poucos na atividade turística. Em entrevista realizada no dia 24 de maio de 2004, um dos proprietários da vinícola, Giovani Valduga, estudante de Turismo da Universidade de Caxias do Sul, diz que atualmente a preocupação não é apenas com a uva e com o vinho, mas também com o turista. Embora a vinícola seja simples e pequena, conserva aparência de cantina familiar. Além de gerar empregabilidade no período da safra, a Vallontano faz exposições com artistas locais. Embora eles não possuam controle dos visitantes, apontam que a maior parte do público é de Porto Alegre e São Paulo. Ainda segundo Giovani, a divulgação do Enoturismo não está sendo bem focada, pois muitas pessoas visitam as cantinas com o intuito de beberem à vontade, e não de realizarem turismo de fato.

Outro projeto enoturístico, orçado em 15 milhões de reais e que está em fase de construção é o *Spa do Vinho*, localizado também no Vale dos Vinhedos. Este é o segundo hotel do gênero no mundo, sendo que o primeiro está localizado na França, o *Les Sources de Caudalie*, pertencente ao Chateau Smith-Haut-Lafitte, em Bordeaux. Além de oferecer uma clínica de tratamentos de beleza regados à bebida, o *Spa do Vinho* colocará a disposição vinhos, geléias e sucos da região, aumentando a lucratividade de pequenos produtores locais. Segundo o cosmetólogo Alberto Kurebayashu, graças aos polifenóis que compõem o vinho (resveratrol, catequinas, taninos e proantocianidinas), “o vinho combate os radicais livres que ameaçam destruir as fibras de colágeno e de elastina.”³⁰

O projeto está sendo concretizado através da união de algumas empresas, entre elas uma das mais importantes vinícolas do País: a Vinícola Miolo, que além dos vinhos

²⁸ Informações obtidas durante visita técnica realizada na Casa Valduga, no dia 22 de maio de 2004.

²⁹ Extraído do Jornal Vale dos Vinhedos, Março/2004, ano 02, número 16.

³⁰ Disponível em <http://www.saude.abril.com.br/aberto/extra/227/vinho>. Acesso em: 22 set. 2003.

produzidos no Vale dos Vinhedos, expandiu sua produção para o Vale do São Francisco (região de Pernambuco)³¹.

Tamanho é o comprometimento dos envolvidos no processo de fabricação do vinho que, para a enóloga Monica Rossete, “[...] temos a responsabilidade de extrair a verdade que está escondida na vinha e no seu fruto, uva, e através dos processos de elaboração, revelar a sua qualidade e complexidade no vinho.”³²

Praticamente todas as cantinas do Vale dos Vinhedos possuem uma certa estrutura para receber turistas, no caso uma sala de degustação, além de oferecer as visitas pelo estabelecimento. Segundo a Associação dos Produtores de Vinhos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), o número de visitantes às empresas associadas cresceu 22% no ano passado em relação a 2002. Em 2001 receberam em torno de 60 mil turistas, número que passou para 100 mil em 2003. Para Jaime Milan, diretor-executivo da entidade, um dos motivos para o incremento na demanda foi a criação e divulgação de um calendário anual de atividades vinculadas ao vinho, evitando a concentração em períodos como julho, em função do inverno, ou janeiro, devido à colheita³³.

O Vale dos Vinhedos está organizando o calendário anual de eventos, relacionando épocas associadas ao cultivo da uva e fabricação do vinho e também datas festivas já comemoradas, como é o caso da Páscoa. Um dos eventos do Vale realizado neste ano foi o Festival da Colheita, que, segundo a APROVALE, recebeu a visita de 18 mil pessoas de diferentes partes do país. Os turistas participaram de diversas atividades, desde o esmagamento da uva com os pés até cursos de degustação e jantares típicos.

Localizada no distrito de Pinto Bandeira, pertencente à cidade de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul, a Rota Vinhos de Montanha é uma iniciativa entre as vinícolas da região, que formaram a Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira, a ASPROVINHO. As vinícolas desta região optam por uma produção em menor escala, dando ênfase à qualidade. O local oferece além das degustações de vinhos, pousadas aconchegantes, passeios e farta Gastronomia italiana, chegando a receber 60.000 turistas por ano.³⁴

Paralelo aos esforços dos cantineiros das rotas Vale dos Vinhedos e Vinhos de Montanha, a Vinícola Salton também está investindo no Enoturismo. De acordo com entrevista concedida à Revista Veja, o presidente da Salton, Ângelo Salton afirmou que a

³¹ Informações obtidas durante visita técnica na Vinícola Miolo, em Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, no dia 15 de maio de 2004.

³² Extraído do folder da Vinícola Lídio Carraro Ltda, Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul.

³³ Disponível em http://www.vinhomagazine.com.br/ed50_enoturismo. Acesso em: 28 maio 2004.

³⁴ Disponível em <http://www.vjs.com.br/ortopedia/bento.htm#pintobandeira>. Acesso em: 12 jun. 2004.

nova cantina da vinícola, localizada em Tuiuty, Bento Gonçalves, terá como objetivo o aumento da produção e a criação de um parque temático que dará origem ao novo negócio da empresa: vinícola: o Turismo de Vinhos que, de acordo com Lethbridge (2003, p. 65), “[...] como ocorre em vinícolas européias, os turistas poderão passear entre os parreirais. De uma passarela a 3 metros de altura, dentro da cantina, eles acompanharão todo o processo de produção do vinho, feito em maquinário de última geração.”

Um dos eventos de maior prestígio no mundo dos vinhos é a Festa Nacional do Vinho (Fenavinho), realizada no Parque de Eventos de Bento Gonçalves. As festas anteriores aconteciam no período do mês de julho, já a Fenavinho 2005 acontecerá entre os dias 28 de janeiro e 13 de fevereiro, paralela ao período de colheita. Segundo o presidente da XII edição da festa, Paulo Geremia, “devido a época, a Fenavinho contemplará a colheita, enaltecendo ainda mais o enoturismo na região.”³⁵ Outra importante festa deste segmento é a Festa da Uva, realizada no município de Caxias do Sul, que na edição de 2001, recebeu mais de 200 mil visitantes.

Localizada no município de Garibaldi, distante 10 km de Bento Gonçalves a Rota dos Espumantes se consolida no país como a principal localidade produtora de vinhos espumantes do país, sendo responsável por 80% da produção, seja através do método *chamenoise* (a fermentação ocorre na garrafa) ou *charmat* (a fermentação acontece em grandes recipientes). Aspectos culturais, arquitetônicos, gastronomia e música recebem a atenção dos turistas, paralelo às visitas a cantinas e degustações de vinhos e queijos.³⁶

Além das rotas citadas acima, o Rio Grande do Sul comercializa o roteiro dos Vinhos dos Altos Montes, localizado em Flores da Cunha. Das doze vinícolas da rota e que fazem parte da Associação de Produtores de Vinhos dos Altos Montes (APROMONTES), apenas cinco estão recebendo turistas. Este roteiro foi criado em 2003, sendo que a região é considerada a maior produtora de vinhos do Brasil (ANUÁRIO Brasileiro da Uva e do Vinho, 2004).

Outra cidade da Serra Gaúcha que elaborou sua rota de vinhos é Veranópolis, conhecida como Terra da Longevidade, pois sua população atinge a maior expectativa de vida do País. Existem alguns estudos sobre a influência do vinho neste aspecto das pessoas da comunidade, aproveitando para implementar a Rota Vinhos e Longevidade, abrangendo sete vinícolas (ANUÁRIO Brasileiro da Uva e do Vinho, 2004).

³⁵ Disponível em <http://www.viadelvino.com.br>. Acesso em: 18 jun. 2004.

³⁶ Disponível em <http://www.serrars.hpg.ig.com.br/garibaldi.htm>. Acesso em: 18 jun. 2004.

No ritmo dos investimentos que estão sendo realizados nas rotas de vinhos da Serra Gaúcha, o Governo do Estado de Pernambuco também está desenvolvendo seu pólo vitivinícola e para tal, assumiu o compromisso de criar uma rota de apoio turístico, a Estrada da Uva e do Vinho. São 72 km de rodovia às margens do Rio São Francisco, onde estão sendo instaladas 28 fazendas especializadas no cultivo da vinha, bem como duas adegas.³⁷

Através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes, os projetos voltados ao Enoturismo na região estão ganhando apoio, aproveitando a vantagem de que no Vale do São Francisco é possível colher mais de duas safras por ano, devido às condições climáticas e de solo.³⁸

O enoturismo deve atrair um público diversificado. Além dos turistas da própria região, as vinícolas do Vale do São Francisco contarão com um bom fluxo de cariocas e paulistas, principalmente por oferecer roteiros diferentes dos disponíveis no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, tradicionais produtores de vinhos brasileiros. As estimativas são de que cada visitante gaste por dia R\$ 250,00, apenas com hospedagem e alimentação.³⁹

Conforme verificado, o Enoturismo no Brasil é uma atividade de grande potencial, mas que precisa de um trabalho adequado para melhor desenvolvê-lo, aproveitando seus benefícios como um todo.

³⁷ Disponível em http://www.pernambuco.gov.br/jornal_de_pernambuco/outubro/emails4.htm. Acesso em: 12 jun. 2004.

³⁸ Disponível em <http://www.destinopernambuco.com.br>. Acesso em: 28 maio 2004.

³⁹ IBID.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Mauro Marcelo. **Vinhos, a arte da França: a viticultura no Brasil.** São Paulo: DBA Artes Gráficas, 1995.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação do estudo do turismo.** 11. ed. Campinas, SP: Papirus, 1995.
- BAUER, Rafael Chequer. REJOWSKI, Mirian. **Oferta turística de Bertiooga (SP): caracterização, evolução e análise.** Artigo Turismo em Análise. São Paulo: Editora Aleph, 2003. V.14. N. 1. Maio/2003. p.85-97
- BRAGA, Danio. ALZER, Célio. **Tradição, conhecimento e prática dos vinhos.** 7. ed. Rio de Janeiro: José Olympio: ABS, 2003.
- CAMARGO, Haroldo L. **Fundamentos multidisciplinares do turismo: história.** In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (org). **Turismo: como aprender, como ensinar,** 1. 3.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. p.33-86.
- CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal. GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a turismo e hotelaria.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.
- DOMINGUES, Celestino M. **Prontuário turístico.** 3.ed. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística, 1997.
- FERNANDES, Caloca. **Viagem gastronômica através do Brasil.** 5.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo: Editora Estúdio Sonia Robatto, 2003.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI – O dicionário da Língua Portuguesa.** 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- FLANDRIN, Jean-Louis. MONTANARI, Massimo. **História da alimentação.** Tradução de Luciano Vieira Machado, Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia.** 2.ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- GOMENSORO, Maria Lúcia. **Pequeno dicionário de gastronomia.** Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1999.
- GUIA de Viñas, Bodegas y Viños de America del Sur. Buenos Aires: Austral Spectator, 2004.
- GUIA de Viños de Chile 2001. Santiago: Paula Comunicaciones S.A., 2001.
- HALL, C. Michael, et al. **Wine tourism around the world.** Estados Unidos: Betterworth-Heinemann, 2000.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002.
- JANEIRO, Joaquim António. **Guia técnico de hotelaria.** 3.ed. Portugal: CETOP, 1997.
- JOHNSON, Hugh. **A história do vinho.** Tradução Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LAROUSSE de los Vinos: los secretos del vino, países y regiones vinícolas. Barcelona: Larousse Editorial, 2000.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.

OS DICIONÁRIOS DO POVO. Latim-Portuguez. 7.ed. Rio de Janeiro: Ed. Livraria Francisco Alves, n.6. [S.d.].

PACHECO, Aristides de Oliveira. SILVA, Siwla Helena. **Iniciação à enologia**. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org). **Turismo: como aprender, como ensinar**, 2. ed. São Paulo: Editora

SENAC, São Paulo, 2001. p. 331-352.

_____. **Vinhos e uvas: guia internacional com mais de 2.000 citações**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

PACHECO, Aristides de Oliveira. **Iniciação à enologia**. São Paulo: Editora SENAC, 1995.

PEYNAUD, Emile. **Conhecer e trabalhar o vinho**. Traduzido por Maria Leonor Esteves Gonçalves. Lisboa: LTC, 1982.

PIROSCIA, Rino. AIELLO, Giuseppe. **Tecnica e pratica dei servizi de ricevimento**. Milano, Itália: Hoepli, 2001.

ROSIER, Jean Pierre. **Degustação de vinhos**. Apostila disponibilizada para curso. [S.d].

ROSS, Glenn F. **Psicologia do Turismo**. Traduzido por Dinah Azevedo. São Paulo: Contexto, 2001.

SANTOS, Sérgio de Paula. **O vinho, a vinha e a vida**. Porto Alegre: L&PM, 1995.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Tradução de Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, Fernando Brasil da. **A psicologia aplicada ao turismo a hotelaria**. 3.ed. São Paulo: CenaUn, 2001.

SPLENDOR, Firmino. **Vinho – degustação e serviço, saúde, enoturismo – licores**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2003.

STUART, Walton. **Manual enciclopédico do vinho**. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

SWARBROOKE, John. HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo n Brasil**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

URBAIN, Jean-Didier. **L'idiota in viaggio: storia e difesa del turista**. Roma: Aporie, 1997.

VIERA, Elenara Viera de. CÂNDIDO, Índio. **Glossário técnico – gastronômico, hoteleiro e turístico**. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

_____. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

ZINGARELLI, Nicola. **Vocabolario Della Ligua Italiana**. Itália: Zanichelli, 2002.

PERIÓDICOS

ANUÁRIO Brasileiro da Uva e do Vinho. Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz, 2004.
 Jornal Vale dos Vinhedos, Março/2004, ano 02, número 16.

LETHBRIDGE, Tiago. **O homem que não entendia de vinho**. Revista Exame, São Paulo, p. 62-65, 12 nov. 2003.

SITES

Academia do Vinho: http://www.academiadovinho.com.br/geografia/frame_mundo.htm. Acesso em: 21 jun. 2004.

Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos: <http://www.valedosvinhedos.com.br>. Acesso em: 29 maio 2004.

Banco do Brasil: <http://www.bb.com.br/noticias>. Acesso em: 31 maio 2004.

Departamento do Governo de Queensland para o Desenvolvimento Estadual: <http://www.sd.qld.gov.au/dsdweb/htdocs/global/content.cfm>. Acesso em: 01 jun. 2004.

Indústria de Vinhos da Austrália: <http://www.wfa.org.au/projectos/winetourism.html>.

Instituto Brasileiro do Vinho: <http://www.ibravin.org.br>.

Instituto de Turismo de Portugal: <http://www.ifturismo.min-economia.pt>.

Instituto do Vinho da Califórnia: <http://www.wineinstitute.org/communications>. Acesso em: 11 jun. 2004.

Movimento de Turismo del Vino: <http://www.movimentoturismovino.it>.

<http://www.planetavino.com/navegacion/navegar>. Acesso em: 28 maio 2004.

Movimento de Turismo del Vino de Lombardia: <http://www.mtvlobardia.it>. Acesso em: 02 jun. 2004.

Portal Girus: <http://www.girus.com.br/viagens/conceitos.php>. Acesso em: 04 jun. 2004

<http://www.vinealis.com/canales>.

Sindicato das Empresas de Turismo do Brasil: http://www.sindetur.com.br/turismo_em_numero/capa_18.pdf. Acesso em: 11 jun. 2004.

Vinho Magazine: http://www.vinhomagazine.com.br/ed50_enoturismo. Acesso em: 28 maio 2004.

Disponível em <http://www.mfa.gov.il/mfapr>. Acesso em: 19 maio 2004.

<http://www.caravansarai.com.br/textcaminhosantiago.htm>. Acesso em: 26 maio 2004.

http://www.capitalgaucha.com.br/comunidades/colunistas/bira_brasil. Acesso em 31 maio 2004.

<http://dev.hotelcompetitivo.com.br/artigos>, acesso em 29 maio 2004.

<http://www.historianet.com.br/main/mostraconteudos>, acesso em 31 maio 2004.

<http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo%201379>. Acesso em: 21 maio 2004..

<http://www.angelfire.com/ak/acropole>, acesso 31 maio 2004.

<http://www.historiadaarte.com.br/renascimento>. Acesso em: 12 maio 2004.

<http://epoca.globo.com/edic/216/socigasta>. Acesso em: 03 jun. 2004.

<http://www.slowfood.com>. Acesso em: 03 jun. 2004.

<http://www.mundocultural.com.br/literatura1/grega/esquilo.htm>. Acesso em: 09 jun. 2004.

http://www.conhecimentosgerais.com.br/historia-geral/antiguidade_ocidental_2.html. Acesso em: 18 maio 2004.

<http://www.alcorão.com.br>. Acesso em: 24 maio 2004.

<http://www.biomania.com.br/biorafias/louispasteur.php>. Acesso em: 16 maio 2004.

<http://www.nolasco.cjb.net>. Acesso em: 16 maio 2004.

<http://www.planetavino.com/navegacion/navegar>. Acesso em: 28 maio 2004.

<http://www.revistadigital.com.br/empresas.asp>. Acesso em: 11 jun. 2004.

<http://www.jrnet.com/travel/articles/wine-tours.html>. Acesso em: 01 jun. 2004.

<http://www.apoiobybaco.com>. Acesso em: 09 jun. 2004.

<http://www.ibercultura.com/enoturismo>. Acesso em: 27 maio 2004.

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/cultura/files/rotas.html>. Acesso em: 28 maio 2004.

<http://6.via-rs.com.br/esteeditora/correio/4848>. Acesso em: 11 jun. 2004.

<http://perso.wanadoo.fr/leplaisirdedeguster>. Acesso em: 11 jun. 2004.

<http://www.saude.abril.com.br/aberto/extra/227/vinho>. Acesso em: 22 set. 2003.

<http://www.viadelvino.com.br>. Acesso em: 18 jun. 2004.

<http://www.vjs.com.br/ortopedia/bento.htm#pintobandeira>. Acesso em: 12 jun. 2004.
<http://www.serrars.hpg.ig.com.br/garibaldi.htm>, acesso em 18 jun. 2004.
http://www.pernambuco.gov.br/jornal_de_pernambuco/outubro/emails4.htm.
<http://www.destinopernambuco.com.br>. Acesso em: 28 maio 2004.
<http://an.uol.com.br/2003/fev//19/0tur>. Acesso em: 11 jun. 2004.