UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

LEIDH JEANE SAMPIETRO

A VITIVINICULTURA E O DESENVOLVIMENTO DO ENOTURISMO DE BITURUNA, PARANÁ

CAXIAS DO SUL

2016

LEIDH JEANE SAMPIETRO

A VITIVINICULTURA E O DESENVOLVIMENTO DO ENOTURISMO DE BITURUNA-PARANÁ

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do titulo de Mestre em Turismo, Área de concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.
Orientadora: Profa. Dra. Rosane Maria Lanzer.

CAXIAS DO SUL

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

S192v Sampietro, Leidh Jeane, 1976-
A vitivinicultura e o desenvolvimento do enoturismo de Bituruna-Paraná / Leidh Jeane Sampietro. – 2016.
86 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2016.
Orientação: Profa. Dra. Rosane Maria Lanzer.

1. Enoturismo – Bituruna (PR). 2. Vitivinicultura. 3. Turismo. 4. Uvas – Cultivo. 5. Vinho e vinificação. I. Título.

CDU 2. ed.: 338.48:663.2(816.2)

Índice para o catálogo sistemático:

1. Enoturismo – Bituruna (PR)	338.48:663.2(816.2)
2. Vitivinicultura	663.2
3. Turismo	338.48
4. Uvas – Cultivo	634.8
5. Vinho e vinificação	663.25

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Paula Fernanda Fedatto Leal – CRB 10/2291

"A vitivinicultura e o desenvolvimento do enoturismo de Bituruna, Paraná"

Leidh Jeane Sampietro Pinto

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 08 de abril de 2016.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Rosane Maria Lanzer (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Eurico de Oliveira Santos
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Marcelo Ribeiro
Universidade Federal de Santa Maria

À Deus, força criadora que nos criou e foi perfeitamente criativo nessa tarefa. A toda alma humana, impulsionada pela coragem de questionar realidades na ânsia de conhecer**.**

AGRADECIMENTOS

Durante a trajetória do mestrado muitas pessoas passaram pelo meu caminho e todas contribuíram deixando um pouco de si durante nossa caminhada, o meu agradecimento à todos. Durante esse percurso houve momentos de alegria que me serviram para permitir acreditar na beleza da vida, e os momentos difíceis que permitiram um crescimento pessoal único. É difícil transformar sentimentos em palavras, mas serei eternamente grata a vocês, pessoas imprescindíveis para a realização do meu trabalho.

Primeiramente, agradeço infinitamente a minha mãe, Ana Maria Sampietro, que me proporcionou a oportunidade de viver e pelo seu essencial incentivo para que o mestrado ocorresse em minha vida.

Ao meu amado pai Gumercindo Sampietro Sobrinho (saudades eternas), pela coragem e confiança que demonstrava ao enfrentar as turbulências da vida.

Ao meu irmão Jean Alberto Sampietro, agradeço pelos ensinamentos e orientações, incentivo e amizade. Você não mediu esforços para me ajudar, sempre com uma solução simples para os meus problemas que pareciam ser gigantes.

Em especial, agradeço imensamente a Charlene Brum Del Puerto, que inusitadamente se tornou minha heroína. O seu espírito vibrante e sua coragem incessante lhe permitiram salvar minha vida, quando naquela tarde de domingo resgatou-me do poço (literalmente). Sem sua ajuda, jamais poderia ter concluído meu trabalho.

À Vanderlei José Pinto, que pacientemente se desdobrou aos cuidados com nossa filha Maria Eduarda, suprindo todas as necessidades dela durante minha ausência.

Aos meus filhos Eduardo Sampietro Lupepsa e Maria Eduarda Sampietro Pinto, pelo carinho, compreensão e motivação constantes. Agradeço a Deus por ter me concedido a oportunidade de tê-los em minha vida, vocês são a minha fonte inesgotável do verdadeiro amor.

À minha querida tia Ivone do Carmo Kinceler, grande incentivadora e conselheira que sempre me inspirou a coragem para acreditar e a força para não desistir.

À prima Fernanda Eduarda Kinceler Cruz, agradeço pela amizade e pelas orações que destinou em meu apoio.

Aos amigos do Programa de Pós-Graduação em Turismo da turma 13, em especial a Denise pelo encantamento de sua amizade, agradeço por seu talento em trazer leveza e alegria aos momentos conturbados que passamos. Agradeço com carinho também a Vanessa, a Betânia, a Camile, ao Renan e ao Leonardo por compartilharem dos muitos momentos em que nosso aprendizado profissional e pessoal foi fortalecido, vocês foram incríveis. Aos meus colegas da turma 14, em especial a Rita que me proporcionou a amizade e a ampliação do senso crítico tão essencial na vida. As amigas Paulinha e Regina Vianna, pela hospitalidade e vivacidade no Mestrado.

À secretária Regina de Azevedo Mantesso por sempre estar à disposição respondendo minhas dúvidas e me incentivando a acreditar que tudo daria certo.

Aos professores do Programa de Pós-graduação em Turismo, especialmente agradeço ao professor Eurico e Silvio pelos ensinamentos, incentivo e amizade.

“O vinho alegra o coração do homem, e a alegria é a mãe de todas as virtudes.”

Johann Wolfgang Goethe

RESUMO

Este trabalho de pesquisa busca aprofundar a relação entre vitivinicultura e o desenvolvimento do enoturismo no município de Bituruna, estado do Paraná. Sendo uma atividade essencialmente agrícola, a vitivinicultura engloba o cultivo e produção das uvas para produção de vinhos e derivados. O enoturismo, atividade turística associada ao vinho, vem se desenvolvendo no território brasileiro e ocasiona a necessidade de se disponibilizar produtos e serviços ao turista. Em Bituruna o cultivo da uva e a elaboração de vinhos teve início entre as décadas de 1930 e 1950, a turistificação do espaço vem ocorrendo lentamente. A pesquisa se caracteriza como qualitativa descritiva, realizada por meio da análise de referenciais bibliográficos e entrevistas com os principais produtores de vinho do município, gestores do setor público e privado, além de representantes comunitários. Os resultados indicaram que a vitivinicultura é uma atividade promissora, mas o enoturismo é incipiente pela falta de planos específicos que contribuam com o seu pleno desenvolvimento. O enoturismo em Bituruna oferece possibilidade de desenvolvimento socioeconômico e cultural, desde que melhor trabalhado.

Palavras-chaves: Turismo. Vitivinicultura. Enoturismo. Bituruna-PR.

ABSTRACT

This research investigated the relationship between viticulture and the development of wine tourism in the municipality of Bituruna, state of Paraná. Being an essentially farming activity, viticulture includes the cultivation and production of grapes for wine production and derivatives. The wine tourism, tourism related to wine, has been developing in Brazil and causes the need to provide goods and services to tourists. Bituruna in grape growing and winemaking began between the decades from 1930 and 1950, the touristification space has been happening slowly. The research is characterized as descriptive qualitative, conducted through the analysis of bibliographic references and interviews with leading wine producers of the municipality, the public and private sector managers, and community representatives. The results indicate that the wine industry is a promising activity, but the wine tourism is incipient by the lack of specific plans to contribute to their full development . The wine tourism in Bituruna can offer the possibility of socioeconomic and cultural development , as long as it better planned.

Keywords: Tourism. Viticulture. Wine tourism. Bituruna-PR.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Localização do município de Bituruna - PR.....41
Figura 2 – Vista parcial do município de Bituruna – PR. 41
Figura 3 – Estátua de Santa Bárbara, Bituruna - PR.....45
Figura 4 – Vista aérea do Centro de eventos municipal, Bituruna - PR 46
Figura 5 – Grupo musical italiano Tozetti, Bituruna - PR.....46
Figura 6 – Monumento Garrafão, Bituruna - PR.....47
Figura 7 – Bandeira do Município de Bituruna - PR. 48
Figura 8 – Elementos relevantes ao desenvolvimento do enoturismo, para os gestores públicos do município de Bituruna, PR. 57
Figura 9 – Elementos importantes na atratividade de turistas.....58
Figura 10 – Elementos importantes na atratividade de turistas.....60
Figura 11 – Elementos relevantes ao desenvolvimento do enoturismo, para os gestores privados do município de Bituruna, PR.....62
Figura 12 - Elementos importantes na atratividade de turistas 64
Figura 13 – Relevância dos elementos para o desenvolvimento do turismo em Bituruna. 65
Figura 14 - Relevância dos elementos para o desenvolvimento do enoturismo em Bituruna.....66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Área cultivada e a compra de uvas pelas vinícolas A, B e C, com base no ano de 2013. 52

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Vinhos produzidos e comercializados nas vinícolas de Bituruna, PR.....49
Quadro 2 – Informações sobre o histórico do vinho de Bituruna.....50
Quadro 3 – Evolução das cultivares nas vinícolas de Bituruna, PR.....51
Quadro 4 – Produtos e comercialização das vinícolas de Bituruna, PR 53
Quadro 5 – Características da visitação nas vinícolas de Bituruna, PR.....54
Quadro 6 – O Enoturismo e sua importância. 56
Quadro 7 – Principais atrativos e eventos presentes em Bituruna, PR. 59
Quadro 8 – Dados sobre o atendimento aos turistas e a lucratividade relacionada ao enoturismo em Bituruna, PR.....63
Quadro 9. Principais atrativos e eventos presentes em Bituruna, PR. 63

LISTA DE SIGLAS

ACAVITIS - Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude

APROMONTES – Associação dos Produtores de Vinhos dos Altos Montes

APROVALE - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos

ASPROVINHO - Associação dos Produtores de Vinhos de Pinto Bandeira

APRUVIBI – Associação dos Produtores de Vinho de Bituruna

CTG - Centro de Tradições Gaúchas Chapéu Tapeado, com o Rodeio Crioulo

EMATER - Instituto Paranense de Assistência Técnica e Extensão Rural

FAEP – Fundação de Amparo ao Estudo e Pesquisa

IAPAR - Instituto Agronômico do Paraná

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBRAVIN - Instituto Brasileiro do Vinho

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

IVV – Instituto da Vinha e do Vinho

IP - Indicação de Procedência

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MTV - Movimento do Turismo del Vino

OMT - Organização Mundial do Turismo

PR - Paraná

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15

2. REFERENCIAL TEÓRICO 17

2.1 BREVE HISTÓRICO DO VINHO 17

2.2 VITIVINICULTURA BRASILEIRA 19

2.3 O ENOTURISMO NO MUNDO E AS REGIÕES VINÍCOLAS 22

2.4 O ENOTURISMO NO BRASIL 27

2.5 AS REGIÕES VINÍCOLAS E ENOTURÍSTICAS NO PARANÁ 32

3 METODOLOGIA 36

3.1. CONSTRUÇÃO DA PESQUISA 36

3.2. COLETA DE DADOS 38

3.3. ANÁLISE DOS DADOS 40

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 40

4.1 ÁREA DE ESTUDO 40

4.1.1 Aspectos históricos 42

4.1.2 Aspectos culturais 44

4.1.3 Aspectos da produção vitivinícola 48

4.2 O ENOTURISMO E A PRODUÇÃO VITIVINÍCOLA DO PONTO DE VISTA DE PROPRIETÁRIOS DE VINÍCOLAS 49

4.3 O ENOTURISMO DO PONTO DE VISTA DE GESTORES PÚBLICOS 55

4.4 O CONTEXTO SOCIOECONÔMICO VINCULADO AO VINHO E ATIVIDADE TURÍSTICA PARA OS GESTORES PRIVADOS 59

4.5 O ENOTURISMO NA VISÃO DOS REPRESENTANTES COMUNITÁRIOS 63

4.6 COMPARATIVO ENTRE AS RESPOSTAS DOS DIFERENTES ATORES SOCIAIS EM RELAÇÃO A RELEVÂNCIA DE ELEMENTOS IMPORTANTES PARA O TURISMO E ENOTURISMO 65

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 68

APÊNDICES 76

1 INTRODUÇÃO

A vitivinicultura é uma atividade essencialmente agrícola, englobando o cultivo das uvas e a elaboração de vinhos e derivados, e ao se desenvolver consequentemente oportuniza um ambiente atrativo à prática turística. A atração de visitantes nas muitas regiões vinícolas espalhadas pelo planeta Terra tem como motivação principal o vinho, onde os interesses principalmente abrangem desde a sua elaboração à sua degustação.

O turismo que a busca pelo mundo do vinho ocasiona deu origem ao enoturismo, o termo é resultado da união de *eno* e turismo, sendo *eno* uma derivação do grego *oînos* e significa vinho (LOCKS; TONINI, 2005). O estudo sobre a vitivinicultura e a identificação de regiões com potencial para o enoturismo pode possibilitar a perpetuação das tradições, preservar o meio ambiente e a história de uma localidade [...] (GALVÃO, 2006).

É importante salientar que em muitas regiões a uva e o vinho são produzidos em pequenas propriedades, sendo que a produção difere dos sistemas produtivos das grandes empresas vitivinícolas, resultando numa capacidade produtiva bastante limitada e em geral, levando à comercialização pouco lucrativa e determinando a busca de alternativas para a geração de renda que contribuam para o aumento do consumo do vinho e seus derivados (SCHIRIGATTI *et al*., 2010).

O enoturismo trata-se de uma área forte e de grande crescimento dentro do turismo, consequentemente assume um papel importante no desenvolvimento regional e na criação de emprego em regiões mais desfavorecidas (COSTA; KASTENHOLZ, 2009).

O município de Bituruna (PR) possui quatro vinícolas principais, nas quais as famílias trazem consigo a tradição de seus antepassados no plantio de parreiras, que aos poucos foram crescendo e começaram a produzir. Com o passar dos anos, as vinícolas foram se destacando no mercado de vinho na região e consequentemente em todo o estado do Paraná.

Assim, com o desenvolvimento do mercado, os produtores de vinhos estão buscando adequação ao novo contexto empresarial atentando-se à recepção dos turistas que chegam de toda a região. Os vinhos, antes elaborados de forma

artesanal, foram conquistando espaço no mercado e houve a necessidade de adaptação, levando ao investimento e inovação para suprir a demanda crescente e exigência dos consumidores.

O enoturismo mostra-se como uma possibilidade interessante e atrativa para o município. Os costumes trazidos pelos cidadãos migrantes do Rio Grande do Sul, principalmente de origem italiana, que oportunizaram a prática da realização da Festa da Uva também possibilitaram a formação da *Rota dos Vinhos,* que vem aos poucos ganhando representatividade no cenário regional da vitivinicultura.

Na *Rota dos Vinhos,* os enófilos encontram vinhos coloniais e finos e esta diversidade na produção fez com que as vinícolas se tornassem ponto de referência na região, pois podem atender a diversos paladares, ademais de agregar a venda de outros produtos derivados da uva.

A força produtiva do turismo é de relevante significado, tendo no enoturismo um caminho para que os turistas visitem uma região e possam através do vinho descobrir todos os aspectos ambientais, culturais e, consequentemente, gastronômicos de uma região (GALVÃO, 2006).

No entanto, Locks e Tonini (2005) apontam a escassez do material bibliográfico sobre o tema do enoturismo, sobretudo no Brasil, como causa prejudicial ao planejamento e execução deste segmento turístico.

A avaliação da forma em que o enoturismo vem se desenvolvendo e seu papel em relação à vitivinicultura é alicerce desta dissertação e nesse sentido cabe nesta pesquisa o questionamento: O enoturismo é importante para a vitivinicultura de Bituruna-Paraná?

Compreender a interação entre a vitivinicultura e enoturismo viabiliza informações importantes para o pleno desenvolvimento dessa atividade, visto que poucos estudos foram realizados nesta área no estado do Paraná, principalmente no município de Bituruna.

O presente trabalho de pesquisa teve como objetivo aprofundar os estudos sobre a vitivinicultura e o enoturismo de Bituruna. Para tanto, buscou-se o levantamento dos aspectos históricos, culturais e da produtividade vitivinícola, bem como as informações dos aspectos turísticos inerentes ao município.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE HISTÓRICO DO VINHO

Os fósseis mais antigos dos ancestrais das videiras são provenientes da Groenlândia. Indícios arqueológicos e botânicos indicam que as videiras foram cultivadas pela primeira vez no Oriente Médio antes de 4000 a.C.. Alguns milhões de anos separaram a origem da videira do inicio da viticultura, sendo a elaboração de vinhos uma consequência da evolução da civilização humana (PHILLIPS, 2005).

As origens do vinho são hipotéticas, e é muito difícil saber quem foi o primeiro que permitiu que o sumo das uvas fermentasse até se tornar vinho, também nunca saber-se-á quem foi o primeiro a colher os grãos de trigo e assar o primeiro pão (PHILLIPS, 2005; PACHECO, 2006). Segundo a descrição bíblica da gênese do vinho, Noé é apontado como primeiro viticultor e produtor da bebida e indica o livro também, que a viticultura e a vinicultura começaram no Monte Ararat, localizado na região que pertence a Turquia e apontado como destino final para a Arca de Noé após o Dilúvio (PACHECO, 2006).

No Egito, as uvas eram cultivadas por reis, sacerdotes e importantes autoridades. Para o cultivo das videiras normalmente escolhiam o centro das plantações, para protegê-las do vento por outras árvores a sua volta. A viticultura ganha maior desenvolvimento no Egito, no período final da colonização grega por volta de 300 a. C., quando o cultivo da uva atingiu uma extensão de terras bem maior (PHILLIPS, 2005).

É na Grécia que a viticultura realmente ganha desenvolvimento e passa a integrar os seus costumes, religião e história. Os fenícios foram responsáveis por difundir os famosos vinhos gregos e introduzir também, por onde passavam negociando, a cultura da videira. A região que mais aceitou e cultivou a videira foi a Itália, isto cerca de 2000 a. C.. Mas, a cultura só começou a ganhar maiores proporções em 400 a. C.. Por essa época, Plínio já catalogava 91 variedades de videiras e 40 tipos de vinho (JOHNSON, 1999).

As uvas, em Roma, eram colhidas tardiamente e, para que concentrassem açúcar eram deixadas para secar ao sol. Os romanos inventaram a prensa e utilizaram barricas de madeira para armazenar o vinho, expandiram o comércio do vinho pelo seu vasto império e foram responsáveis pelo estabelecimento de grandes regiões vinícolas no mundo (PHILLIPS, 2005).

De acordo com Inácio (2007), a atividade lúdica associada ao vinho e vinha não é um fenômeno recente. Os romanos, que eram detentores de privilégios por possuírem terras, começaram a interessar-se pelo vinho por volta do ano 200 a.C. As casas de campo eram frequentemente adquiridas pelos cidadãos de Roma, onde por hábito eram cultivadas vinhas e com elas fabricavam pequenas quantidades de vinho, que na sua maioria, servia para o próprio consumo ou para beber com os amigos que por ventura viessem passar curtas temporadas no campo e assim desfrutassem se sua hospedagem, afirma Johnson (1999).

O vinho também se tornou importante símbolo de conceitos fundamentais, como a morte e a ressurreição, e passou a representar o sangue de algumas divindades em religiões tão diversas quanto as do Antigo Egito e do cristianismo (PHILLIPS, 2005).

A partir da Idade Média, segundo Novakoski e Freitas (2003), as expedições colonizadoras foram responsáveis pela propagação das videiras europeias aos outros continentes. Neste mesmo período Portugal, país de grandes navegantes e colonizadores, levou a videira com suas expedições pelas terras que conquistou. As expedições de Cristóvão Colombo foram responsáveis por introduzir as videiras na América em 1493, e elas seguiram sendo propagadas e se espalharam para o México e os Estados Unidos, chegando às colônias espanholas da América do Sul (CARRARO, 2008).

Em meados do século XVII, o vinho passa a ser armazenado nas garrafas de vidro e fechado por rolhas de cortiça, é nessa época que foram criados o espumante e os vinhos licorosos. A elaboração da maior parte dos vinhos que hoje são considerados clássicos pertence a esse mesmo período (NOVAKOSKI; FREITAS, 2003).

No Brasil, o cultivo de uvas deu seus primeiros passos nos anos iniciais do período da colonização, mas foi a partir da imigração italiana de 1875 que a viticultura brasileira se consolidou. Os imigrantes italianos também foram

responsáveis por darem início ao desenvolvimento da vinicultura no sul do país, e hoje a região se destaca como referência na produção vitivinícola e no enoturismo.

2.2 VITIVINICULTURA BRASILEIRA

A videira chegou ao Brasil em 1532, através do colonizador português Martin Afonso de Sousa, responsável pela Capitania de São Vicente (ROMAN, 2001). Brás Cubas tendo desembarcado com ele, tornou-se o primeiro viticultor ao plantar videiras nas sesmarias que lhe foram doadas. Mas, devido às condições climáticas existentes no litoral paulista, o cultivo foi mal sucedido (ROMAN, 2001).

A partir desse ponto e através de introduções posteriores, a viticultura expandiu-se para outras regiões do país, como Pernambuco (1542), a Bahia (1549) e Paraná (1557), sempre com cultivares de *Vitis vinifera* procedentes de Portugal e Espanha (CARRARO, 2008).

De acordo com Albert (2004), o documento de inventário dos bens de Brás Cubas foi guardado no Convento do Carmo na cidade de Santos (SP), o qual relata com precisão a chegada das primeiras mudas de banana, cana-de-açúcar, laranja e uva, trazidas da Ilha da Madeira.

Brás Cubas é considerado pioneiro na vinicultura, tendo produzido os primeiros vinhos em 1551, onde utilizou as variedades “Bastardo” e “Tinta” na elaboração dos vinhos tintos, sendo essas uvas oriundas da Ilha da Madeira e do Douro respectivamente. E para elaborar os vinhos brancos, a “Malvasia” foi trazida do Douro, a “Verdelho” da Ilha da Madeira e a “Galego” do Alentejo (ALBERT, 2004).

A viticultura no período colonial esteve presente em vinhedos cultivados também em São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Minas Gerais, mesmo sem atingir satisfatória importância econômica (ROMAN, 2001). Um fato marcante na história da viticultura brasileira foi a proibição desta atividade pelo governo de Portugal, motivada pela política protecionista aos vinhos lusitanos, produto já consagrado naquela época, sendo o cultivo da videira e a elaboração de vinhos retomado após o “alvará” ser revogado em 1808 por Dom João VI (ROMAN, 2001).

Nas primeiras décadas do século XIX, através da importação de variedades das uvas procedentes da América do Norte, houve uma consequente decadência na viticultura colonial devido ao surgimento de doenças fúngicas nas videiras. A espécie

nativa era a *Vitis labrusca*, conhecida em nosso país como “uva rústica”, devido a ter cultivo mais fácil e ter maior resistência do que as europeias. A uva Americana, denominada “*Isabel”,* passou a ser plantada nas diversas regiões do país, tornando-se a base para o desenvolvimento da viticultura comercial nos Estados do Rio Grande do Sul e de São Paulo (BOTELHO; PIRES, 2009).

Os imigrantes produziram os vinhos de colônia com a *Isabel*, graças à sua produtividade e adaptabilidade, sendo muito plantada ainda hoje. Para Roman (2001), a imigração italiana iniciou lentamente a partir do ano 1820, principalmente no estado de São Paulo, sendo conhecedores da viticultura, os imigrantes introduziram as *Vitis vinifera* que trouxeram de seu país, mas seus objetivos de produção foram dificultados pelas doenças e pragas introduzidas anteriormente com as variedades americanas.

A vitivinicultura brasileira iniciou, na realidade, a partir da segunda imigração italiana em 1875 no Estado do Rio Grande do Sul, quando os imigrantes italianos começaram o cultivo da vinha na encosta superior do nordeste do estado, denominada hoje “Serra Gaúcha” (ROMAN, 2001). Assim a Serra Gaúcha firmou-se como a mais importante região produtora de uva e vinho no Brasil, destacando que grande parte desta produção era baseada nas uvas de cepas americanas (*Vitis rupestrei, Vitis labrusca, Vitis riparia*, etc) ou de cepas híbridas delas derivadas, mais adequadas à fabricação de sucos ou para serem servidas à mesa (ALBERT, 2004).

Mais tarde, na década de 1970, houve um desdobramento significativo da área de parreirais com cultivares de *Vitis vinifera* com a chegada de algumas empresas multinacionais na região da Serra Gaúcha e da fronteira Oeste (município de Santana do Livramento). A viticultura tropical brasileira foi efetivamente desenvolvida a partir da década de 1960, com o plantio de vinhedos comerciais de uva de mesa na região do Vale do São Francisco, no Nordeste do Brasil (EMBRAPA, 2014).

Em meados da década de 1970 e 1980 implantou-se o pólo vitícola do Norte do Paraná e desenvolveram-se também nessa mesma atividade as regiões do Noroeste do estado de São Paulo e Norte do estado de Minas Gerais, todas voltadas à produção de uvas finas para o consumo *in natura*. Iniciativas mais recentes, como as verificadas nas regiões Centro-Oeste (Estados do Mato Grosso,

Mato Grosso do Sul e Goiás) e Nordeste (Bahia e Ceará), projetam o aumento expressivo na atividade vitivinícola no país (BOTELHO; PIRES, 2009).

O consumidor brasileiro teve que esperar para poder consumir um vinho de qualidade relativamente boa, logo após a chegada das multinacionais do setor vinícola, em meados da década de 1970, ocorrendo a introdução das técnicas modernas de vinificação e equipamentos, como a utilização de tanques de aço inoxidável com controle de temperatura e o uso de barricas de carvalho francês para o alinho do vinho. Empregaram um sistema de condução da videira mais adequado, por espaldeira, para melhor aproveitamento dos raios solares, a poda reducional e um maior espaçamento entre as videiras (ALBERT, 2004).

Embora a produção de vinho no Brasil remonte aos primórdios da colonização, o termo vinho foi definido por lei muito tempo depois. Consta no Decreto nº 8.198 de 20 de fevereiro de 2014, a definição de que vinho é a bebida resultante da fermentação alcoólica do mosto da uva sã, fresca e madura. O Decreto também regulamentou a Lei nº 7.678, de 8 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e seus derivados (IBRAVIN, 2015).

Atualmente a uva ocupa o quarto lugar entre as frutas mais cultivadas no Brasil, ocupando a área de 78. 753 ha, e a sua produção totalizou 1.453.889 toneladas em 2014 (IBGE, 2014). A área de produção vitivinícola brasileira encontra-se distribuída principalmente entre seis regiões e hoje são mais de 1100 vinícolas espalhadas pelo país, a maioria instalada em pequenas propriedades (média de 2 hectares por família) (IBRAVIN, 2015).

Complementando essas informações, o relatório de vinho de 2008, realizado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO, caracterizou a vitivinicultura brasileira como uma atividade agrícola de pequenas propriedades, com acentuada característica de produção familiar e elevado número de variedades de uvas (INMETRO, 2008).

Apesar da produção de uvas apresentar-se bem expressiva, o relatório de vinho (2008), concluiu que há escassez de informações sobre a produção e comercialização de vinho e de suco de uva no Brasil, apontando o Rio Grande do Sul como o único estado que realiza e publica suas estimativas, sendo responsável pelo maior volume da produção do País (INMETRO, 2008).

É notável e abrangente o alcance territorial da vitivinicultura brasileira o que lhe permite a composição das mais variadas paisagens e riqueza de sabores. Locks e Tonini (2005) atribuíram ao gosto pelo vinho, a motivação que leva um número considerável de indivíduos a se deslocarem para as regiões vinícolas, e, consequentemente fazem com que uma gama de produtos e serviços seja disponibilizada ao turista, ocasionando uma interdependência entre eles, criando desta forma o que grande parte dos autores defendem: um produto turístico, que é conhecido como enoturismo.

2.3 O ENOTURISMO NO MUNDO E AS REGIÕES VINÍCOLAS

Muito embora os deslocamentos dos indivíduos existam desde a pré-história, as viagens com características similares ao turismo atual começaram a surgir apenas no final do século XVII (TONINI, 2007). Segundo Barretto (1995), foi na Inglaterra que a definição de turismo surgiu, entre o período dos séculos X ao XIV, na época da ocupação de suas terras pelos franceses, apropriaram-se do termo *tour* (volta).

Muitas definições foram e continuam sendo elaboradas pelo meio acadêmico que estuda o turismo, e para Tonini,

> O conceito enfatiza determinados aspectos de acordo com o campo em que está sendo estudado e sua consequente corrente de pensamento. Dentre os elementos presentes nas definições, cabe destacar o caráter não lucrativo da viagem, um tempo de permanência específico – que subentende um retorno – e a busca do prazer (2007, p.23).

Panosso (2005, p. 45) afirma que o campo dos estudos em turismo é extremamente abrangente e carece de pesquisas que analisem o turismo não apenas como um fato gerador de renda, mas também como um fenômeno que envolve inúmeras facetas do existir humano. O autor ressalta também que “[...] O turismo envolve [...] as necessidades, anseios e desejos humanos, bem como motivações psicológicas que são fundamentais na definição do que é turismo.” (idem, 2005, p. 96).

O turismo é uma atividade realizada pelos homens em sociedade. Não se pode pensar no conceito de turismo a partir da ideia de um homem isolado. E assim para Barretto (2003) o turismo:

> Como atividade realizada pelos homens em sociedade, tem um importante grau de imprevisibilidade. O rizoma se adequa à análise do fenômeno turístico porque é, em primeiro lugar, imprevisível. Nunca se sabe para onde vai se expandir, nunca se sabe quando vai ressurgir; sempre que cortada uma parte, esta pode tornar a transformar-se numa nova planta independente. Assim, por mais que haja um bom planejamento de turismo, existe a possibilidade de não se prever como a sociedade vai reagir à presença dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda. A chamada "indústria turística", ou seja, o conjunto de equipamentos e serviços que compõem a oferta que os turistas vão consumir caracteriza-se como rizomática e também pouco previsível. Surge a cada nó do rizoma, novos negócios e novos serviços. (BARRETTO, 2003, p. 21-22).

Na propagação de segmentos do consumo turístico que objetivam satisfazer as mais diferentes necessidades e desejos do indivíduo no seu tempo livre, surge o enoturismo, associado à prática do turismo em regiões produtoras de vinho (TONINI, 2007).

Conforme Valduga, o enoturismo pode ser caracterizado como:

> Um segmento do fenômeno turístico, que pressupõe deslocamento de pessoas, motivadas pelas propriedades organolépticas e por todo o contexto da degustação e elaboração de vinhos, bem como a apreciação das tradições, de cultura, gastronomia, das paisagens e tipicidades das regiões produtoras. É um fenômeno dotado de subjetividade, em que a principal substância é o encontro com quem produz uvas e vinhos (VALDUGA, 2012, p. 130).

Na medida, em que o turismo e o vinho são dois produtos diferenciados numa base regional, o conceito de rota de vinho deve ser entendido como o meio para promover o desenvolvimento do território, visando à qualificação e a internacionalização da vitivinicultura (BRÁS, 2010). A cultura do vinho é o tema deste produto, o turista deve ter a percepção disto durante todas as fases da viagem enoturística, o vinho é a espinha dorsal da experiência turística (REYS, 2012).

O Enoturismo é provavelmente mais importante para as regiões que há menos tempo se encontram no negócio e que, por isso, necessitam promover a sua notoriedade e imagem de marca junto do mercado de consumidores, conclui Inácio (2007). Ele é compreendido como um produto turístico capaz de se inserir

simultaneamente no turismo em espaço rural, no turismo de natureza e no turismo cultural, evidenciando ainda, sua interação com a gastronomia de uma região (BARATIERI, 2010).

Inácio, explica que a Europa e o “Novo Mundo” possuem dinâmicas e dimensões distintas para a atividade do enoturismo,

> A tradição ancestral de ligação ao vinho, ao pão e ao azeite, culturas tradicionalmente Mediterrânicas, é reconhecida no primeiro caso, contribuindo para o pendor mais tradicional deste setor, onde o enoturismo tem custado mais a afirmar-se. Já no caso dos países que apenas mais recentemente começaram a produzir vinho, ao do Novo Mundo, por assim dizer, este crescimento tem sido galopante e acompanhado pelo desenvolvimento paralelo do enoturismo (2007, p. 5).

Os países do Velho Mundo, além de considerarem o vinho um patrimônio cultural, trabalham a sua oferta gastronômica como atrativo cultural, pois nesta se reflete e concentra a História, tradição e evolução destes povos (VALDUGA, 2007).

De acordo com Tonini (2007), na Alemanha desde 1920 os percursos vinícolas fazem parte do chamado turismo industrial, e em 1970 praticamente todas as regiões vinícolas possuíam rotas de vinho.

Mas a atividade não se desenvolve da mesma forma em todos os países europeus, o enoturismo não se desenvolveu apenas no mundo rural, tem fortes relações com o universo urbano, ainda que ambos se revelem complementares. O vinho hoje e sempre teve expressão cultural na cultura mediterrânica, à semelhança do pão e do azeite, e atualmente se apresenta como uma das atividades mais dinâmicas do universo rural (INÁCIO, 2007).

Tonini (2007) e Valduga (2007) elucidam que a associação criada na Itália em 1993, *Movimento do Turismo del Vino* (MTV), foi responsável por dar início ao processo de transformação do vinho em evento cultural. Os produtores que aderiram à iniciativa acolheram os visitantes para degustações guiadas na cantina, e o movimento ganhou repercussão originando um evento mundial chamado *Wine day*.

A Vinitaly – *Salone Internazionale Del Vino e dei Distilati* – é a feira de vinhos mais importante e tradicional da Itália, e está entre as maiores do mundo. Acontece no mês de abril na cidade de Verona, recebendo milhares de profissionais ligados ao vinho e aficionados de todo o mundo. A última edição em 2015, em sua área que abrange 94. 862 m² recebeu mais de 4.000 expositores de todo o mundo

(maior parte da Itália) e 150.000 visitantes, bem como 2.600 jornalistas de mais de 46 países (VINITALY, 2015).

Margarido (2009) conta que na França, a partir de 1980, com o declínio das condições econômicas rurais os produtores começam a criar espaços para receber visitas nos vinhedos e obter lucro com a venda de produtos no local de produção. Na lista de maiores produtores mundiais destacam-se a França, a Itália e a Espanha. Desde cedo se reconhece, na Europa, a capacidade de acréscimo de valor que o enoturismo pode oferecer à atividade agrícola (INÁCIO, 2007).

De todas as regiões francesas, a de *Bordeaux*, tem a reputação de ser a mais popular entre os turistas do vinho, devido à estrita associação entre vinho e arquitetura, à boa fama dos próprios vinhos e à proximidade das zonas balneares do Atlântico. Em termos de pacotes turísticos voltados para o vinho, recentemente na região de Borgonha surgiram produtos que combinam vinho, gastronomia e arquitetura, com a vantagem de poderem alcançar a grande maioria dos turistas rurais da França que procuram férias e destinos que cruzem cultura, história e arquitetura (MARGARIDO, 2009).

A Espanha assemelha-se com a França em termos de tradição e atratividade turística pelo passado histórico e pleno de referências e edifícios históricos, encontram-se também regiões vitivinícolas onde o carácter de inovação se constituiu como a imagem de marca do setor e a sua maior aposta (INÁCIO, 2007). O programa *Rutas Del Vino de España*, que resulta de uma parceria entre a Secretaria Geral do Turismo da Espanha e a Associação Espanhola de Cidades do Vinho (ACEVIN), é um projeto que teve início em 2001 e consiste na integração dos recursos e serviços turísticos de interesse, existentes ao nível das regiões vitivinícolas. Atualmente são 19 rotas de vinho com o título de *Rutas Del Vino de España,* das quais 13 estão já certificadas e seis encontram-se em processo de certificação (BRÁS, 2010).

Considera Inácio que,

> [...] o vinho, a alimentação, as artes e o turismo constituem-se como elementos aliados, integrantes e centrais deste produto enoturístico em que aquilo que se oferece ao turista é uma experiência de um estilo de vida hoje socialmente valorizado e cujo valor ultrapassa a simples soma destas componentes, onde a mais valia da experiência e da imersão do turista neste contexto surge precisamente da globalidade e da complexidade desta conjugação de fatores (2007, p. 15).

O programa *Dyonisios* promovido pela União Europeia em 1993 fez surgir o projeto das rotas de vinho em Portugal, a presença das rotas de vinho indica importância e o potencial de desenvolvimento local e regional. Estas rotas são geridas pelas Comissões Vitivinícolas, sendo que algumas são ainda geridas por Associações de Aderentes, Regiões de Turismo e Câmaras Municipais (BRÁS, 2010).

Atualmente existem em Portugal 11 rotas de vinho, o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) considera que o principal objetivo delas é promover o turismo vitivinícola, pois permite aos visitantes o contato direto com a cultura do mundo rural, contribuindo para a preservação da autenticidade de cada região, atuando na divulgação do seu artesanato, do patrimônio paisagístico, arquitetônico, museológico e da gastronomia, propiciando e contribuindo para o combate à desertificação e perecimento de algumas zonas rurais (IVV, 2015).

Nesse sentido, nota-se que o enoturismo contribui positivamente para o desenvolvimento das regiões, e essa prática vem recebendo incentivo dos governos dos diferentes países. Enquanto que na África do Sul, o fato da existência de uma moeda frágil no país em conjugação com fortes campanhas de *marketing*, é o que permite dentro deste contexto promover a atratividade aos seus produtos vinícolas, especialmente para os importadores do norte da Europa, sendo um dos meios, onde encontra estratégias para alcançar o desenvolvimento no setor vinícola.

O enoturismo é um crescente nicho de mercado, tanto na América do Norte como nos destinos na Austrália, Nova Zelândia, Chile, Áustria e Reino Unido, pois estão todos trabalhando no sentido de reforçar os seus conhecimentos e valorizar o papel que este desempenha na atratividade dos destinos, aumentando o rendimento gerado pelo turismo (BRÁS, 2010).

A Austrália, com uma história de produção de vinho que iniciou ao fim do século XVIII, vem emergindo para o mercado global recentemente, equiparando-se aos Estados Unidos. O enoturismo na Austrália e Nova Zelândia também é uma atração turística emergente, à qual se alia uma grande campanha de marketing, a “adega boutique”, que se afirmou como o rosto da produção vinícola em ambos os países. (MARGARIDO, 2009).

Vários governos regionais da Austrália promovem ativamente o desenvolvimento de iniciativas de enoturismo, para a dinamização de estratégias e

ações que visem maximização do setor, este apoio tem sido focado em quatro principais áreas: promoção e marketing, desenvolvimento do produto e formação, investigação, e comunicação e integração do sector (BRÁS, 2010).

No Novo Mundo, os Estados Unidos detêm a liderança em termos de produção de vinhos, concentrada no estado da Califórnia, a vitivinicultura americana iniciou-se no final do século XIX (MARGARIDO, 2009). Assim como funcionam as “adegas boutique” na Austrália, conforme Padilla (2011) na Califórnia surgiram as "bodegas boutique", a partir do:

> [...] El auge de la industria del turismo del vino en el Valle de Napa comenzó en la década de 1990 con la creación de más de 1000 "bodegas boutique" que son pequeñas bodegas que dependían de las ventas directas, debido a que no tenían suficiente producción para distribuir a través de grandes canales de distribución. [...] (PADILLA, 2011. p. 49).

A região de *Napa Valley* na Califórnia, segundo Brás (2010), equipara-se às regiões do mundo em que o enoturismo está mais desenvolvido, e as dinâmicas praticadas nesta região consideram a atividade turística uma parte natural, não fazendo distinção entre atividade produtiva, comercial ou enoturismo.

Percebe-se que muitos países estão buscando o desenvolvimento da sua economia, explorando a cultura vinícola e o turismo. O Brasil tem grande potencial de encontrar neste nicho de mercado uma grande oportunidade de crescimento econômico.

2.4 O ENOTURISMO NO BRASIL

A vitivinicultura nacional ganhou muita força no século XX, tornou- se fonte de crescimento econômico regional e possibilitou a realização de atividades diretamente ligadas, como as festas regionais. Estas festas eram motivadas pela celebração das colheitas, e por consequência acabavam atraindo pessoas de outros municípios e estados (VALDUGA, 2007).

Esses primeiros deslocamentos, podem ser classificados como a fase embrionária do enoturismo brasileiro na década de 1930, fato apontado por Valduga que ainda propôs uma divisão por fases de desenvolvimento para o enoturismo:

> 1. Fase embrionária (1930 – 1970): período de exposições agroindustriais; pequenas feiras locais e realização da 1º Festa da Uva, em Caxias do Sul e da Festa Nacional do Vinho – Fenavinho, em Bento Gonçalves;
> 2. Fase de crescimento (1970 – 1995): período de exposições agroindustriais e festas regionais (Festa da Uva, Fenavinho e Festa Nacional do Champanha – Fenachamp, em Garibaldi); organização de jantares típicos nas cantinas familiares com visitação; criação da Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) com preocupações turísticas;
> 3. Fase de consolidação (1995 – 2008...): período de festas regionais; estruturação das vinícolas para atendimento; calendário de eventos; capacitação profissional; desenvolvimento de certificações e identificação de produtos típicos das regiões vinícolas; criação de novas associações de produtores; preocupação ambiental; primeiros estudos e pesquisas na área do turismo do vinho (2007, p. 79).

O enoturismo teve início no Vale dos Vinhedos entre as décadas de 1970 e 1980, conforme Baratieri (2010), com a iniciativa de algumas empresas familiares que começaram a produzir vinhos finos. Mas, somente a Vinícola Aurora, de maior estrutura, permitia visitantes em suas instalações. As vinícolas familiares e de pequeno porte apenas comercializavam seus vinhos finos aos turistas.

A principal rota de vinhos do Brasil é o Vale dos Vinhedos, localizado na Serra Gaúcha. Esta região conseguiu o selo de Indicação de Procedência (IP) Vale dos Vinhedos, o primeiro estudo de demarcação geográfica no Brasil (LOCKS; TONINI, 2005). Atualmente, o roteiro conta com mais de 30 vinícolas abertas a visitação. A preocupação dos produtores vitivinícolas com o padrão de qualidade dos produtos produzidos na região melhorou a competitividade e a solidez do setor vinícola (MARQUES; SANTOS, 2010).

O Vale dos Vinhedos, conforme descrevem Zanini e Rocha,

> [...] é conhecido por esse nome em razão de seus vales cobertos por videiras que correspondem a uma área de 81.123 km², entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, no Rio Grande do Sul. As vinícolas do VV produziram, em 2006, aproximadamente 7 milhões de litros de vinhos finos. O Vale conta com 32 vinícolas, além de outros empreendimentos voltados ao enoturismo como hotéis, pousadas, restaurantes e artesanato. A região foi colonizada por imigrantes italianos a partir de 1875. Esses imigrantes introduziram a vitivinicultura, que até hoje constitui a base da economia das famílias moradoras da região (2010, p. 73).

O destaque turístico do vinho existe devido a sua importância como bem de consumo e, ao mesmo tempo, pelo seu valor na história da região do Vale dos Vinhedos e seu rol como elemento identitário dos descendentes dos imigrantes

italianos (LAVANDOSKI; TONINI; BARRETO, 2012). Embora as pequenas cantinas tenham se profissionalizado, investindo em tecnologia e se tornando vinícolas renomadas internacionalmente, não esqueceram a história de seu povo (LOCKS; TONINI, 2005).

A partir de 2012, o Vale obteve reconhecimento como Denominação de Origem (DO), para ostentarem esta classificação, os produtos passam a obedecer a regras mais específicas em relação à produção da uva e à elaboração do vinho (VALE DOS VINHEDOS, 2015). Para Lavandoski, Tonini e Barreto (2012), o enoturismo no Vale dos Vinhedos é o resultado da capacidade de criação e organização dos atores locais, ou seja, a cadeia produtiva vitivinícola, a comunidade, a iniciativa privada e pública dos municípios envolvidos.

Segundo Locks e Tonini (2005), a Serra Gaúcha desenvolve outras rotas do vinho, sendo

> [...] no distrito de Pinto Bandeira, pertencente à cidade de Bento Gonçalves, RS, 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 dessa 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 mil turistas por ano. Paralelamente aos esforços dos cantineiros das rotas Vale dos Vinhedos e Vinhos de Montanha, a Vinícola Salton também está investindo no enoturismo, desenvolvendo a Rota Vale das Antas (2005, p. 10).

As atividades para os visitantes começam desde o acompanhamento da colheita das uvas até a confecção dos vinhos, além de degustarem raridades da adega e a oportunidade de comprar produtos coloniais (MARQUES; SANTOS, 2010).

Locks e Tonini (2005) complementam descrevendo outras rotas na região serrana do Rio Grande do Sul,

> [...] no município de Garibaldi, distante 10 quilómetros de Bento Gonçalves, a Rota dos Espumantes se consolida como a principal localidade produtora de vinhos espumantes do País, sendo responsável por 80% da produção, seja pelo método *champenoise* (a fermentação ocorre na garrafa) ou *charmat* (a fermentação acontece em grandes recipientes). Aspectos culturais, arquitetônicos, gastronomia e música recebem a atenção dos turistas, simultaneamente às visitações a cantinas e degustações de vinhos e queijos. Além das rotas citadas, 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. Esse roteiro foi criado em 2003, sendo a região 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 nessa particularidade, o que foi aproveitado para implementar a Rota Vinhos e Longevidade, abrangendo sete vinícolas [...](2005, p. 11).

É fato que o turismo do vinho se estabeleceu como uma forma de turismo temático, devido à multiplicidade de atividades complementares que podem ser mobilizadas a partir dele, explica Baratieri (2010).

A produção do vinho e o turismo a ela associada é um fenômeno geográfico e territorial (LAVANDOSKI; TONINI; BARRETO, 2012). No Brasil o enoturismo também encontrou oportunidade na região nordeste, com a implantação da vitivinicultura no Vale do São Francisco.

Com a importância atribuída ao enoturismo, o governo do Estado de Pernambuco também está desenvolvendo seu pólo vitivinícola, e Zanini e Rocha descrevem esse panorama,

> O Vale do São Francisco já conta com sete vinícolas e se consolida como pólo produtor de vinhos e espumantes. Estima-se que 2,4 mil pessoas trabalhem no setor vitivinícola da região. Em 2005, o Submédio respondeu por 15% da produção nacional de vinhos finos, com aproximadamente 7 milhões de litros, destinados ao mercado interno e externo. Hoje, os vinhos são exportados para países da Europa, para o Japão e Estados Unidos. Hoje, o enoturismo no Vale do São Francisco já tem identidade. A imagem da vitivinicultura nordestina está fortemente vinculada à tecnologia e, até mesmo, a algo exótico, atípico, já que os tradicionais produtores de vinho do mundo encontram-se em regiões de clima temperado, em paisagens bem diferentes das do sertão. Vinculados às vinícolas, encontram-se atrativos naturais e outros que refletem a cultura local, como o artesanato e a culinária típica (2010, p. 75).

Além dos turistas da própria região, as vinícolas do Vale do São Francisco contam com um bom fluxo de turistas provenientes do Rio de Janeiro e São Paulo, por oferecerem roteiros diferentes dos disponíveis no Rio Grande do Sul e Santa Catarina (LOCKS; TONINI, 2005).

Para Baratieri (2010) as paisagens vitícolas servem de âncora na atratividade do enoturismo, podendo ser entendida como a marca de uma civilização e como participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação de uma sociedade, torna-se simbólica, portanto subjetiva, sujeita a interpretações.

Confirmando a exposição anterior de Baratieri, Flores (2012) também assegura que a vitivinicultura brasileira constitui um rico potencial para o turismo.

Em Santa Catarina o “Diagnóstico do Enoturismo”(2012), estudo realizado e publicado em parceria pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN, diagnosticou e relacionou a existência de quatro zonas de interesse enoturístico, sendo elas: Vale do Rio do Peixe, Serra catarinense, Vales da uva Goethe e Nova Trento (FLORES, 2012).

De acordo com Baratieri (2010), a Rota Vale da uva Goethe, em Urussunga, na região sul de Santa Catarina, originou-se

> [...] tendo por base, aliada à oferta das adegas, os serviços de hospedagem: Pousada da Vinícola Mazon, Hotel Contessi, Casa de Hospedes Dona Alice, Pousada dos Figos; os serviços de alimentação, *Piatto D'Oro,* Restaurante Pirago e outros. No sentido de obter o reconhecimento como destino regional, outros municípios da região compõem a oferta turística da rota, como por exemplo, Lauro Muller, Siderópolis e Nova Veneza (2010, p. 153).

O Vale do Rio do Peixe compreende os municípios de Pinheiro Preto, Tangará, Videira, Água Doce e Treze Tílias, localizados na região do meio oeste catarinense. Em geral, a cultura italiana foi responsável por introduzir a uva e o vinho na cultura regional, mas o turismo ainda não é explorado em seu potencial. Há algumas empresas que trabalham o turismo, mas ainda é modesto, em estruturas antigas. Algumas estão reformadas, mas o turismo não é profissionalizado (FLORES, 2012).

Considerando a estrutura da cidade de Treze Tílias, o município tende a se tornar referência importante e será base dos que desejarem conhecer a região oeste catarinense em relação ao enoturismo. O município de Água Doce se destaca nesse cenário pela presença da Villagio Grando em seu território. A Villagio Grando é um dos mais belos empreendimentos enoturísticos do Brasil, é uma fazenda que encanta pela sua beleza e qualidade dos vinhos onde há uma moderna vinícola construída em madeira, representando a origem dos negócios da família que a fundou (FLORES, 2012).

Na região da serra catarinense destaca-se a produção de vinhos finos de altitude, que concentra-se nos municípios produtores: Campos Novos, Caçador e São Joaquim. Os três municípios integram a Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitude - ACAVITIS, criada em 2005 com o intuito de promover uma marca de qualidade (LOSSO; PEREIRA, 2012).

Para a produção dos vinhos finos de altitude da serra catarinense a ACAVITIS fixou algumas normas e parâmetros que garantem o padrão e a qualidade, como a altitude acima de 900 metros em relação ao nível do mar, a produção máxima de 6 (seis) mil litros de vinho por hectare de uvas, além da proibição da chaptalização (adição de açúcar ao mosto) (LOSSO; PEREIRA, 2012).

Nessa nova perspectiva, baseada no conceito de altitude, paisagens e amor ao vinho, diferentes empresários de outros segmentos de sucesso (cerâmica, têxtil, fruticultura, madeira, metal mecânica, entre outros) entraram neste mercado, focados em altíssima qualidade. Os empreendimentos compõem vinícolas lindíssimas, ambiciosos projetos de marketing e elevam a categoria do *terroir* catarinense como um dos mais promissores do país (FLORES, 2012).

A atividade enoturística, acompanhando a lógica dos demais segmentos turísticos, necessita de um adequado planejamento e desenvolvimento sustentável, ou seja, comprometido com a comunidade e suas peculiaridades, e com o meio ambiente (LOCKS; TONINI, 2005).

No Paraná, Flores (2012) identificou oito zonas de interesse enoturístico, que são: Norte, Bituruna, Colombo, Região Metropolitana, Santa Felicidade, Campo Largo, Piraquara e Toledo. Dentre as zonas relacionadas, Campo Largo, Toledo e Norte ainda não possuem potencial enoturístico expressivo. As particularidades das zonas enoturísticas do Paraná de maior expressão serão abordadas no próximo tópico, na sequência do referencial teórico.

2.5 AS REGIÕES VINÍCOLAS E ENOTURÍSTICAS NO PARANÁ

A viticultura no Estado data de meados do século XVI, no período da colonização, a fase de expansão da cultura da uva ocorreu posteriormente, em meados do século XIX, com o cultivo das variedades de uvas rústicas (americanas) trazidas de São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Entre as variedades plantadas foram predominantes as cultivares Bordô (*Terci), Goethe, Concord* e Isabel entre outras. Outra grande tentativa de cultivo de uvas no Paraná aconteceu entre os anos de 1868 e 1869, por colonos franceses vindos da Argélia, para os

arredores de Curitiba, porém a tentativa não teve sucesso, pois se procurava instalar uma viticultura semelhante a da Argélia e da França (BOTELHO; PIRES, 2009).

Esta fase de implantação teve o apogeu no final do século XIX em Curitiba, quando se produziam uvas europeias em ambientes protegidos por estufa de vidro, com destaque para as cultivares *Alphonse Lavallé*, *Ugni Blanc* e Moscatel de Hamburgo. Contudo, a grande inserção e fixação da cultura da uva, se deram com as cultivares Isabel e Bordô (*Terci*) pelos colonos italianos nos arredores de Curitiba, e nos municípios de fronteira com o estado de Santa Catarina, além da região sudoeste do Estado.

Por volta de 1940, uma nova área de viticultura se estabeleceu na região norte do Paraná, em Londrina. Este novo empreendimento tornou-se próspero pelo incentivo do Instituto Agronômico do Paraná – IAPAR e de cooperativas agrícolas, principalmente por agricultores de descendência japonesa, e hoje em dia, a região é a mais importante na produção de uvas de mesa no Estado (BOTELHO; PIRES, 2009).

Em 1989, por iniciativa de um empresário português, foi instalado no município de Maringá um Projeto vitivinícola denominado Aljôfar, hoje Vinícola Intervin Ltda., sendo naquela ocasião implantados os primeiros vinhedos de uvas finas para vinho (PROTAS, 2011). Por sua vez, as uvas americanas e híbridas foram introduzidas em cultivos comerciais na região a partir da segunda metade da década de 1990, com o plantio da variedade Niágara Rosada visando o mercado de uvas de mesa (PROTAS, 2011).

Atualmente, além da produção na região norte, destacam-se outras três regiões produtoras no Paraná, sendo na região central, nos arredores de Curitiba; a oeste de Curitiba, com os municípios de Ponta Grossa, Palmeira, Rebouças e mais recentemente, Guarapuava; e ao sudeste, o cultivo da videira ocorre em Rio Negro, Mallet, União da Vitória, Bituruna e General Carneiro (BOTELHO; PIRES, 2009). Além dessas regiões vitivinícolas consagradas, ainda existe uma viticultura pulverizada em diferentes regiões no estado paranaense, tanto de uvas americanas e híbridas cultivadas em pequenas propriedades, em plantios convencionais ou sob o regime de produção orgânica, quanto de uvas de variedades de *Vitis vinifera* voltadas à produção de vinhos finos (PROTAS, 2011).

O Paraná ocupa o quarto lugar em produção de uvas no Brasil (IBGE, 2014), apesar da boa produtividade existe escassez de informações sobre a vitivinicultura regional. Cabe ainda ressaltar o importante programa de apoio à vitivinicultura desenvolvido pelo governo do Estado do Paraná, que além de facilitar o crédito e a assistência técnica para o setor, através da Emater, isentou toda a produção vitivinícola do Estado do Imposto de Circulação de Mercadorias – ICMS (PROTAS, 2011).

A oferta enoturística no Paraná apresenta-se como um nicho de mercado relativamente recente quando se compara com o enoturismo pioneiro do Rio Grande do Sul. Em geral, o fenômeno turístico motivado pela uva e vinho ocorre associado ao turismo rural, onde se agregam produtos e serviços relacionados aos dois segmentos.

O principal roteiro de enoturismo no Paraná encontra-se em Santa Felicidade, que é uma região administrativa de Curitiba envolvendo 16 bairros, a sete km do centro. É um roteiro único no Brasil, pois está dentro de uma capital, rodeada de área verde. Recebe milhares de pessoas ao dia, pois está em todos os pacotes turísticos de Curitiba (FLORES, 2012).

Santa Felicidade surgiu em 1878, quando imigrantes chegam do norte da Itália, inicialmente dedicavam-se à produção de queijos, vinhos e hortigranjeiros. A região era caminho de tropas, o ato de receber bem é destas épocas. Atualmente o roteiro possui cerca de 30 restaurantes e duas vinícolas, e entre os restaurantes o destaque é a Cantina Madalosso, que está no Guiness Book como maior restaurante do mundo, com capacidade para mais de quatro mil pessoas. Nos finais de semana as vinícolas recebem mais de quatro mil visitantes, e assim o fluxo estimula a venda de praticamente toda a produção (com valor agregado) diretamente ao turista (FLORES, 2012).

Em Colombo, município situado na área metropolitana de Curitiba, a rota do “Circuito Italiano de Turismo Rural”, criada em 1999, oferece passeios pelas tradicionais vinícolas e cantinas de vinho em um ambiente marcado pela herança dos imigrantes italianos, seja no modo de falar ou na receptividade durante a hospedagem e na farta gastronomia típica dos restaurantes (TURISMO PARANÁ, 2015). O Circuito Italiano de Turismo Rural agrega empreendimentos como pesque-pague, criação de avestruz, orgânicos, igrejas, vinícolas, pousadas, restaurantes,

embutidos, queijarias e locais para eventos (FLORES, 2012). As Festas do Vinho e da Uva são tradicionais em Colombo, no parque em que se realizam as festas encontram-se o Memorial da Cultura Italiana e o Museu Italiano (FLORES, 2012).

A Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de São José dos Pinhais implantou a rota do “Caminho do Vinho”, seus principais atrativos são as cantinas, restaurantes e cafés coloniais. Outro destaque é a visita guiada através da Linha Turismo - Caminho do Vinho, que passa pelos pontos turísticos do circuito, entre eles os empreendimentos de lazer, as edificações típicas da colonização italiana (TURISMO PARANÁ, 2015). Outro destino que São José dos Pinhais divulga é o “Circuito Ecoturístico Taquaral”, foi implantado pela gestão municipal, tem como objetivo estimular a produção de vinho e produtos coloniais da região e a preservação cultural, natural e dos atrativos turísticos da região (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, 2015).

Em Piraquara o audacioso e inovador complexo enoturístico “Cave Colinas de Pedra” colocou o município na rota do enoturismo. Trata-se de um empreendimento com características únicas, que abriga em um mesmo local a exuberância da mata atlântica e parte da história da centenária estrada de ferro Curitiba/Paranaguá (PIRAQUARA, 2015). O município de Piraquara é uma área de proteção ambiental, responsável por 50% do abastecimento de água da grande Curitiba. Devido às áreas de proteção, não é possível instalar indústrias e a economia é baseada no ICMS Ecológico. A gestão municipal em parceria com o Sebrae implantou um projeto de ecoturismo, o “Caminho Trentino nos Mananciais da Serra”, que agrupa restaurantes, hotéis e pousada, haras, e outros atrativos como agroindústrias, embutidos, queijarias, vinícolas, orquidários, pesque-pague, etc. (FLORES, 2012).

Uma das principais atrações do complexo enoturístico Cave Colinas de Pedra é o túnel colonial. Construído em 1883, o local abriga uma cave de envelhecimento de vinho espumante natural. O acesso até a cave é feito por uma plataforma elétrica, capaz de transportar até 15 passageiros, num trajeto de 154 metros. O empreendimento está integrado com a rota do trem que antes pertencia à Rede Ferroviária Federal e que passa pela propriedade, onde existe uma estação férrea datada de 1885 que foi totalmente restaurada e passou a abrigar o

restaurante e a loja de venda das Espumantes da Cave Colinas de Pedra (PIRAQUARA, 2015).

O município de Bituruna está entre as zonas enoturísticas paranaenses que se destacam no Estado. O município constitui o objeto da presente pesquisa, portanto a caracterização enoturística será abordada e relacionada à proposta temática da investigação.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa foi fundamentada na abordagem de natureza qualitativa, essa metodologia abrange diversos aspectos a serem considerados, como por exemplo, crenças, atitudes, valores e motivos. Esses itens envolvem significados que vão muito além de quantidades específicas, por isso que a mesma avalia os resultados alcançados ao invés de apenas números (MINAYO, 2001).

De certa forma, os processos qualitativos se parecem com o modelo de explicação dos fenômenos que empregamos ao dia-a-dia, tendo o mesmo caráter das informações que o pesquisador qualitativo emprega em sua análise de estudo (NEVES, 1996). A abordagem qualitativa se preocupa com o resultado obtido; independentemente do qual seja, já que procura perceber o que ocorre em determinada situação, identificando não apenas as aparências presentes em certos acontecimentos, mas ocupa-se em conhecer a essência dos fatos (TRIVIÑOS, 1987).

Portanto, o emprego da análise qualitativa tem como objetivo a preocupação com o processo social, buscando visualizar o conjunto como um todo para uma melhor compreensão da realidade estudada (NEVES, 1996).

3.1. CONSTRUÇÃO DA PESQUISA

A temática norteadora da presente pesquisa é a importância do enoturismo para a vitivinicultura. Partindo disso, inicialmente foi realizado levantamento acerca

das informações do município de Bituruna, sobre os seus aspectos históricos, culturais e a atividade de vitivinicultura local.

O próximo passo foi a elaboração de um instrumento para coleta de dados, que levou a preparação de um formulário de entrevista do tipo semiestruturada. O formulário foi orientado com base em outros trabalhos sobre o desenvolvimento do enoturismo, destacando-se Valduga (2007) e Baratieri (2010), a este instrumento denominou-se Formulário Inicial.

Para a escolha do público a ser estudado, o critério utilizado atentou-se na seleção dos atores sociais envolvidos com a vitivinicultura e os relacionados ao turismo no município. Assim formaram-se os seguintes subgrupos:

a) Subgrupo A: Proprietários do setor vitivinícola;
b) Subgrupo B: Gestores públicos;
c) Subgrupo C: Gestores privados; e
d) Subgrupo D: Representantes comunitários.

Após a determinação dos subgrupos julgou-se necessário realizar a adequação do Formulário Inicial ao público determinado, originando-se assim quatro tipos de formulários apropriados para cada subgrupo, visando à melhoria na análise e discussão dos dados.

As entrevistas foram realizadas pela própria pesquisadora, procedendo-se o prévio agendamento com os participantes. Para que as entrevistas ocorressem todos os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice E), que foi elaborado pela pesquisadora atendendo às normas do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

A efetivação das entrevistas compreendeu a participação dos quatro subgrupos e totalizou o número de 16 entrevistados.

Para as entrevistas com o subgrupo A buscou-se o agendamento com as quatro vinícolas principais, entre as dez que se encontram relacionadas no portal de turismo municipal, e apenas três delas aderiram à pesquisa e uma se omitiu da participação justificando falta de tempo para o atendimento. No subgrupo B as entrevistas foram feitas com o secretário municipal de turismo e o presidente da Associação dos Produtores de Uva e Vinho de Bituruna (APRUVIBI).

Os entrevistados do subgrupo C constituíram-se de cinco gestores do setor de restauração, dois gestores do setor de hospedagem e um do setor de transportes

e viagens. No subgrupo D, julgou-se que somente três bairros, devido à localização, encontram-se diretamente relacionados à circulação turística, assim apenas foram entrevistados os seus respectivos representantes comunitários.

3.2. COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada entre os meses de setembro a dezembro de 2014, no município de Bituruna, Estado do Paraná. Os dados compreenderam as respostas dos atores abordados pela pesquisa, os quais foram coletados através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice E).

O formulário de entrevista para o Subgrupo A (proprietários do setor vitivinícola) foi composto por 18 questões, as quais pretenderam permitir uma interpretação das respostas de forma investigativa, buscando caracterizar a vitivinicultura e as expressões acerca do turismo nesse ambiente (Apêndice A).

Além disso, buscou-se com a entrevista abranger os vários aspectos que possam ajudar a tecer um panorama da atividade de vitivinicultura no município, bem como informações sobre o fenômeno turístico. Assim se chegou as seguintes questões do formulário:

- Qual o perfil dos proprietários de vinícolas? (Quanto ao gênero, formação e etc;).
- Qual é histórico da fabricação da vinícola? (Quanto aos vinhos produzidos, videiras cultivadas, área cultivada e a compra de uvas, tipos de produtos e comercialização).
- Existem eventos que promovem a divulgação do vinho na cidade?
- Existe a procura pela visitação na vinícola e como ela é efetuada?
- Qual é a contribuição da atividade de vitivinicultura para o município?
- A empresa necessita da contratação de colaboradores, quantos e qual a origem?

As informações obtidas foram registradas nos formulários e gravadas em arquivo de áudio.

Para a entrevista do Subgrupo B (gestores públicos) o formulário foi constituído em nove questões que visaram possibilitar conhecer as ações voltadas à gestão do turismo no município (Apêndice B).

Os questionamentos do formulário contemplam os seguintes aspectos:

- Qual é o perfil dos gestores públicos? (Quanto ao gênero, formação e etc;).
- Como o enoturismo é visto pelos gestores públicos? (Quanto a importância do enoturismo, ações voltadas a sua promoção, elementos relevantes ao seu desenvolvimento).
- Qual é o desempenho do poder público na busca pela integração com o poder privado em prol do turismo?
- Quais elementos são importantes para a atratividade turística do município?

Para esse subgrupo, as informações obtidas foram somente registradas no instrumento de coleta dos dados.

O formulário de entrevista, para o Subgrupo C (gestores privados), foi composto por 14 questões. As questões abordaram o contexto socioeconômico vinculado ao vinho e atividade turística do município (Apêndice C), em vários itens, como:

- Qual é perfil dos gestores privados?(Quanto ao gênero, formação e etc;).
- Quais os principais atrativos turísticos e eventos do município?
- Quais elementos são importantes para a atratividade turística do município?
- Qual é o desempenho do poder público na busca pela integração com o poder privado em prol do turismo?
- Como o enoturismo é visto pelos gestores privados? (Quanto a importância do enoturismo, elementos relevantes ao seu desenvolvimento, estimativa de atendimento ao turista, e lucros da empresa com o enoturismo).

Na entrevista com o Subgrupo D (representantes comunitários) buscaram-se informações sobre a relevância do enoturismo para os munícipes (Apêndice D), o formulário compreendeu dez questões e atendeu aos questionamentos pontuais para a pesquisa, sendo eles:

- Qual é o perfil dos entrevistados?
- Quais são os principais atrativos turísticos e eventos do município?

- Qual é o desempenho do poder público na busca pela integração com o poder privado em prol do turismo?
- Quais elementos são importantes na atratividade de turistas para o município?

Diante dos dados coletados, encaminhou-se à sistematização utilizando-se do programa de planilha eletrônica Microsoft Excel®, que permite uma organização funcional das informações para posteriormente se proceder a análise.

3.3. ANÁLISE DOS DADOS

A análise qualitativa dos dados, de acordo com Alves e Silva (1992, p. 65) se caracteriza por buscar uma apreensão de significados na fala dos sujeitos, interligada ao contexto em que eles se inserem e delimitada pela abordagem conceitual (teoria) do pesquisador [...].

Para a análise elaborou-se quadros e tabelas, utilizando-se o programa de planilha eletrônica Microsoft Excel®, de acordo com a afinidade da abordagem temática das questões pesquisadas e os dados coletados, os resultados foram descritos e analisados na sequência dos subgrupos entrevistados. No capítulo seguinte, primeiramente se apresenta a caracterização da área de estudo, e, na sequência encontram-se descritas e analisadas as informações coletadas por meio das entrevistas.

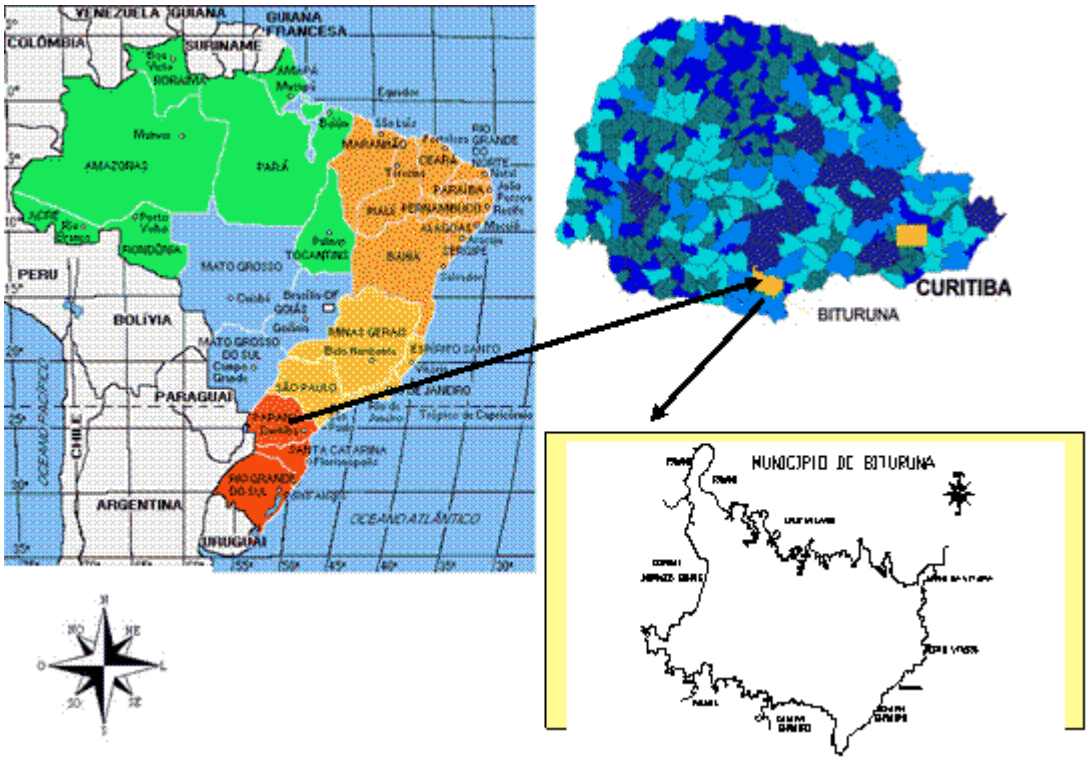
4 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 ÁREA DE ESTUDO

O município de Bituruna se situa na região sudeste do Paraná, no domínio do Terceiro Planalto Paranaense e do Planalto de Palmas, distante 350 km a sudoeste de Curitiba e 15 km de União da Vitória (Figura 1). Com seu território abrangendo uma superfície de 1.238,121 km^2, a sede urbana ocupa um total aproximado de 1.200 ha (SIEDLECKI, 2001).

Bituruna encontra-se delimitada pelos municípios de Cruz Machado, General Carneiro, Palmas, Pinhão, Porto Vitória e União da Vitória. A infraestrutura de acesso ao município compreende as rodovias estaduais PR 170 e PR 446, e também as fluviovias disponibilizadas por três balsas que estão localizadas na zona rural. As balsas atuam facilitando a locomoção nas áreas rurais e permitindo acesso ao município vizinho Cruz Machado – PR. O aeroporto mais próximo se encontra a 133 km, situado no município de Guarapuava (SOUZA et al. 2006).

Figura 1 – Localização do município de Bituruna - PR.



Fonte: Bituruna-PR (2014).

O relevo ao longo do território de Bituruna (Figura 2) é caracterizado por ser mais ou menos homogêneo, embora fortemente ondulado, com desníveis de até 100 m ao longo dos vales escavados nos derrames de basalto (SIEDLECKI, 2001).

Figura 2 – Vista parcial do município de Bituruna – PR.

Fonte: Moreira (2013).

A altitude média é de 900 m acima do nível do mar, refletindo a geologia, o clima e o relevo da região (SIEDLECKI, 2001). A região apresenta um clima subtropical úmido, mesotérmico, com verões frescos e invernos severos, sendo frequentes as geadas. A precipitação pluviométrica média é de 1100 a 2000 mm/ano (EMBRAPA, 2014). As chuvas concentram-se nos meses de verão e não há estação seca definida. A temperatura média é superior a 22ºC no verão e fica abaixo de 18ºC no inverno (SIEDLECKI, 2001).

A população é de 16.416 habitantes, com índice de desenvolvimento humano (IDH) de 0,667 considerado como alto (IBGE, 2013). O município tem sua economia baseada na extração e beneficiamento da madeira, na indústria têxtil, na produção e beneficiamento de erva mate e na produção e comércio de vinhos e cachaça (BITURUNA, 2013).

4.1.1 Aspectos históricos

Seguindo a etimologia, a palavra "*Bituruna"* vem do tupi "*bitur*" (*ybityr* ou *ybytyra*), que significa monte, montanha; e "*una*", que significa negro, preto; monte negro (FERREIRA, 2006).

Bituruna teve seu território permeado por bandeiras exploradoras desde o início do século XVII. Nessa época já se sabia que a região era habitada por o grupo

indígena dos "Ibiturunas", sendo ela pertencente à região dos Campos de Palmas (KRUGER, 2002).

No entanto, a ocupação do território só ocorreu na segunda década do século XX. A chegada de colonos iniciou-se em 1924, quando a Empresa Colonizadora Santa Bárbara Ltda., com sede em União da Vitória, comprou 40.000 alqueires da fazenda Santa Bárbara e 15.000 alqueires da Fazenda Santo Antônio do Iratim, do proprietário Antônio Fernandes dos Santos, por intermédio de seus procuradores Hauer, Beltrão & Cia. (KHATIB, 1969). A empresa demarcou estas terras em vários lotes de 10 alqueires para serem vendidos aos imigrantes chegados principalmente do Rio Grande do Sul (FERREIRA, 2006).

A fundação oficial da cidade se deu em 23 de dezembro de 1924, tendo como pioneiro na colonização a família de Miguel Leonartovicz, em 1925. O município de Bituruna foi criado em 26 de novembro de 1954, pela Lei Estadual n.º 253, com território desmembrado de Palmas e instalado a 14 de dezembro de 1955 (FERREIRA, 2006).

O maior contingente de colonizadores do município era composto principalmente por imigrantes italianos e seus descendentes, conforme Khatib (1969), havendo também, como o passar do tempo, imigrantes alemães, ucranianos, libaneses, poloneses e outros. Segundo relatos e documentos da época, os primeiros moradores vinham em busca da promessa de riquezas naturais como a erva-mate e madeiras nativas, de grande valor econômico (KHATIB, 1969).

Sendo de origem italiana, os primeiros moradores trouxeram suas tradições, entre elas sua grande religiosidade, assim construíram a primeira igreja tendo como padroeira a Santa Bárbara, e em 4 de dezembro de 1926 foi celebrada a 1ª Missa com festa em honra a padroeira.

Com a abertura da estrada, em 23 de dezembro de 1924, houve a ligação do pequeno povoado à cidade de União da Vitória, toda a região teve um grande impulso, na medida em que o tempo foi passando o município cresceu e a vida na comunidade foi transformando a paisagem, os moradores se dedicaram à agricultura, construíram alguns engenhos de cana-de-açúcar, de serra, carijos (armação de varas, na qual se suspendem os ramos da erva mate), moinhos e desenvolveram a plantação de videiras (KHATIB,1969).

Ademais das atividades supracitadas as diversas etnias que constituíram o Município de Bituruna contribuíram para a formação dos aspectos culturais da pequena urbe e sua região de influência.

4.1.2 Aspectos culturais

Dentre todas as descendências étnicas, destaca-se a população descendente dos imigrantes italianos, que espalharam seus costumes e sua cultura desde a época da colonização. Nas horas de lazer as famílias reuniam-se nas novenas da igreja, nas festas com churrasco e "serões" que eram reuniões em casas de famílias onde os convidados chegavam de surpresa para o tradicional "brodo" (caldo de galinha), onde as serenatas eram costumeiras (BITURUNA, 2013).

A dedicação à religiosidade é um exemplo da influência da comunidade italiana, manifestada no culto a Padroeira Santa Bárbara, que acompanha os moradores desde a fundação da pequena vila, muitas festas homenageiam os santos da igreja e são realizadas em períodos habituais do ano. Nestas ocasiões a comunidade se reúne para celebrações religiosas, seguidas de almoço festivo onde não podem faltar os torneios de truco e bingos (BITURUNA, 2013).

Em 2003, o vereador Airton Dalmas apresentou um projeto no Legislativo Municipal, propondo a construção da estátua em honra à Santa Bárbara. O projeto, aprovado por unanimidade, foi executado pela administração do prefeito Remi Ranssolin. A edificação do monumento (Figura 3) foi viabilizada com ajuda de toda comunidade e de vários gestores privados, que contribuíram através de doações em materiais de construção e valores em dinheiro (CONEXAOBITURUNA, 2014).

Figura 3 – Estátua de Santa Bárbara, Bituruna, PR.

Fonte: Moreira (2013).

A estátua teve sua inauguração em 2004, e foi edificada com 34 metros de altura. O monumento é um dos maiores da América Latina, e se tornou cartão-postal e ponto turístico da cidade. Para Bituruna ela simboliza a fé do povo que tem sua história marcada pelo trabalho, união e progresso (CONEXAOBITURUNA, 2014).

Na culinária biturunense predomina a tipicidade da cozinha italiana, representada através dos seus pratos emblemáticos como a polenta, os salames, os queijos e os vinhos. Os biturunenses ainda completam a cozinha local com o churrasco assado na brasa e o hábito de tomar chimarrão, costumes herdados dos moradores que migraram do Rio Grande do Sul no início da colonização (BITURUNA, 2013).

A vitivinicultura de Bituruna, nas décadas de 1960 e 1970, representava a grande promessa da economia, e nessa época o Poder Executivo instituiu a Exposição Vinícola que representava o mais importante evento festivo da cidade. (BITURUNA, 2013). Tempos depois, a exposição originou a festa tradicional do município: a Festa da Uva, realizada anualmente e em plena safra para a comercialização da uva e seus derivados, produzidos pelos agricultores locais.

A festa ocorre no Centro de eventos municipal, geralmente no mês de fevereiro, e em 2015 foi realizada a sua 24ª edição, sendo um evento que ocorre associado ao rodeio crioulo, em parceria com o CTG - Centro de Tradições Gaúchas Chapéu Tapeado (BITURUNA, 2013) (Figura 4).

Figura 4 – Vista aérea do Centro de eventos municipal, Bituruna, PR.

Fonte: Bituruna (2015).

O CTG também desenvolve os Torneios de laço e mantém uma Invernada Artística, que agrega a juventude em atividades como a dança tradicionalista, trovas e declamação. Além disso, o grupo folclórico italiano de Danças Camare e o grupo Musical Tozetti (Figura 5) apresentam-se nas varias ocasiões festivas do município, transmitindo a alegria da cultura italiana (BITURUNA, 2013). A Festa do Vinho em Bituruna teve a sua 9ª edição festejada no mês de agosto em 2015, sua primeira edição foi no ano de 2001, embora a regularidade da festa ainda não esteja definida, ela se tornou uma vitrine para a divulgação do vinho local (FAEP, 2014).

Figura 5 – Grupo musical italiano Tozetti, Bituruna, PR.

Fonte: Bertoletti (2014).

Ela é organizada pela Associação dos Produtores de Uva e Vinho de Bituruna (APRUVIBI) e apoio da Prefeitura Municipal, e já é considerada a maior do gênero no sul do Paraná. A programação da festividade prevê inúmeras atrações, entre elas, a polenta em metro, sangria de barril, competições esportivas, apresentações musicais e culturais, baile e um encontro regional da melhor idade (TURISMO PARANÁ, 2015).

O município de Bituruna evidencia sua vocação vinícola através do monumento construído para homenagear os seus vitivinicultores (Figura 6).

Conhecido como o “Trevo do Garrafão”, com sua localização no entroncamento rodoviário da confluência da rodovia que liga a BR-153 (ao sul) a Bituruna e a rodovia estadual que liga Bituruna a Porto Vitória, PR 446 (a leste), é referência visual e paisagística no local (Bituruna, 2014).

Figura 6 – Monumento Garrafão.

Fonte: Bituruna (2015).

A importância da vitivinicultura para o município também se revela na presença dos cachos de uva no brasão da cidade, na cor roxa da sua bandeira (Figura 7) e nas festas do Vinho e da Uva, que já se tornaram tradição na região (FAEP, 2014).

Figura 7 – Bandeira do Município de Bituruna, PR.

Fonte: Bituruna (2014).

4.1.3 Aspectos da produção vitivinícola

A produção vitivinícola do município de Bituruna é caracterizada pela presença de quatro vinícolas principais, as quais produzem seu vinho, predominantemente, a partir de uvas de vinhedos próprios e de terceiros (PINTO, 2012). No portal da prefeitura encontra-se divulgada a relação de dez cantinas vinícolas no município. A página descreve ainda informações básicas vinculadas a elas (BITURUNA, 2014).

Segundo o IBGE (2013) a safra de uvas de 2013 em Bituruna foi de 8.247 quilogramas por hectare cultivados, sendo esse o resultado de uma área de colheita que totalizou 97 hectares no referido ano. O município abriga 117 produtores de uva além das quatro vinícolas principais, a atividade em 2014 se distribuiu por 108 hectares em produção e outros 19 hectares em formação, que em três anos passarão a produzir comercialmente. A produção para 2014 deverá ser de 1.050 toneladas, ultrapassando a do ano anterior (EMATER, 2014).

As variedades de uvas cultivadas pelos produtores da região compreendem as mesmas que deram início aos primeiros vinhedos do início do século XX, tais como sendo a Isabel, Casca Dura (*Goethe*), Bordô *(Terci*), Niágara branco e a rosada. O cultivo das uvas finas (*Vitis vinifera*) iniciou há cerca de 10 anos, com as

variedades *Moscato Giallo, Merlot, Cabernet Sauvignon e Chardonnay.* No Quadro 1 são apresentados e descritos os tipos de vinhos que são produzidos pelas vinícolas de Bituruna (PINTO, 2012).

Quadro 1 – Vinhos produzidos e comercializados nas vinícolas de Bituruna, PR.

Variedades de vinhos	
Vinhos Coloniais	**Vinhos Finos**
Tinto Seco Bordô	Tinto Fino Cabernet Sauvignon
Tinto Seco Isabel com Bordô	Tinto Fino Merlot
Tinto Suave Isabel com Bordô	Branco Fino Moscato Giallo
Branco Seco Niágara	Branco Fino Chardonnay
Branco Suave Niágara	
Branco Seco Casca Dura	
Branco Demi Sec Casca Dura	

Fonte: Pinto (2012).

Atualmente a produção compreende vinhos de mesa ou coloniais e os vinhos finos que são fruto de investimento feito nos últimos 10 anos. Os vinhos são comercializados em embalagens de 1.500 ml (Pet), 750 ml (garrafa) e 4.600 ml (garrafão) (PINTO, 2012).

4.2 O ENOTURISMO E A PRODUÇÃO VITIVINÍCOLA DO PONTO DE VISTA DE PROPRIETÁRIOS DE VINÍCOLAS

A partir das informações obtidas nas entrevistas tornou-se possível à elaboração do cenário correspondente a história do vinho tradicionalmente elaborado na localidade. As entrevistas foram realizadas em três das quatro vinícolas de Bituruna, haja vista que na quarta, a proprietária respondeu que não poderia conceder a entrevista justificando não dispor de tempo, pois precisava atender aos clientes naquele momento.

O perfil dos proprietários, na vinícola C o proprietário é do sexo masculino e nas vinícolas A e B do sexo feminino, encontram-se na faixa etária de 26 a 40 anos, e com a escolaridade de nível superior completo nas vinícolas A e B, e nível médio (2º grau) completo na vinícola C. A proprietária/gerente da vinícola A possui graduação em Tecnologia em Viticultura e Enologia pelo Instituto Federal do Rio

Grande do Sul (IFRS) de Bento Gonçalves, e a proprietária da vinícola B é graduada na área de Administração de Empresas.

Os produtores de vinhos supracitados são naturais do município e acreditam que na atividade que desenvolvem, pois creem que é uma ferramenta que contribui na geração de economia através da divulgação de seus produtos porque divulgam o nome do município para diversas regiões do Brasil.

O início do cultivo da uva e a produção de vinhos ocorreram entre as décadas de 1930 e 1950 no município de Bituruna. Há uma predominância pelo cultivo das variedades Bordô e Isabel, a maior parte dessas uvas ficando destinada a produção de vinhos. Entretanto, a formalização das empresas veio a ocorrer somente a partir do ano 2000 (Quadro 2). Vale ressaltar que nos três casos, os proprietários fazem parte da 3.ª e 4.ª geração das famílias vitivinicultoras descendentes de italianos e buscam preservar a cultura, os valores e tradições de seus antepassados e acreditam que o plantio de uva, ademais de gerar economia carrega consigo as marcas de suas gerações.

Quadro 2 – Informações sobre o histórico do vinho de Bituruna.

Vinícola	Início do cultivo das uvas e fabricação de vinho	Variedades cultivadas	Destino da produção obtida	Comércio do vinho	Formalização da empresa
Vinícola A	Década de 1940	Bordô, Isabel, Niágara Branca, Niágara Rosada	Produzir vinho artesanal	Vendas na propriedade para parentes e vizinhos	Ano de 2005
Vinícola B	Década de 1930	Bordô, Isabel, Niágara Branca, Niágara Rosada	Principalmente a produção de vinho	Vendas na propriedade para parentes e vizinhos	Ano de 2002
Vinícola C	Década de 1940	Bordô e Isabel	Produzir vinho artesanal	Vendas na propriedade para parentes e vizinhos	Ano de 2005

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Assim, os proprietários das vinícolas em geral contratam apenas mão de obra temporária, e esse contingente pode variar entre um a 15

funcionários/colaboradores, de acordo com a demanda de serviços. Em sua maioria, estes funcionários temporários residem na região. Entre os três entrevistados, apenas um deles acredita que a vitivinicultura não propicia desenvolvimento no município de Bituruna, os outros dois entrevistados divergiram dessa opinião, pois acreditam na importância dessa atividade para a economia local.

Nos parreirais das vinícolas eram cultivadas as variedades Bordô, Isabel, Niágara branca e rosada. Atualmente houve a inclusão das variedades Casca dura, *Moscato* e *Cabernet Sauvignon*. A produtividade foi apontada como principal fator determinante para a escolha dessas variedades pelas vinícolas, seguido pela tradição e mercado consumidor (Quadro 3).

Quadro 3 – Evolução das cultivares nas vinícolas de Bituruna, PR.

Vinícola	**Variedades cultivadas (1930 - 1999)**	**Variedades cultivadas atualmente (2000 -2014)**	**Motivação**
Vinícola A	Bordô, Isabel, Niágara Branca, Niágara Rosada	Bordô, Niágara Branca e a Rosada, Isabel e Casca Dura	Tradição
Vinícola B	Bordô, Isabel, Niágara Branca, Niágara Rosada	Bordô, Niágara Branca e a Rosada, Isabel, Casca Dura e Moscato Giallo	Boa produtividade
Vinícola C	Bordô e Isabel	Bordô, Niágara, Isabel, Casca Dura e Cabernet Sauvignon	Produtividade

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

As vinícolas estão inseridas em propriedades rurais que ocupam áreas com tamanho que chegam até 100 (cem) hectares. O equilíbrio na extensão das áreas dos vinhedos de cultivo próprio nas vinícolas demonstra um mesmo padrão de investimento entre as três vinícolas para esse item. Esse comportamento não se mantém na quantidade de uvas que adquiriram para suprir a demanda de matéria-prima, o valor declarado pela Vinícola A (100 t) equivale ao dobro da quantidade declarada pela Vinícola C (50 t), a Vinícola B não soube quantificar. Esses números explicam a capacidade produtiva análoga entre as vinícolas (Tabela 1).

Tabela 1 – Área cultivada e a compra de uvas pelas vinícolas A, B e C, com base no ano de 2013.

Vinícola	**Área com vinhedos plantados (ha)**	**Quantidade de uvas compradas - em toneladas (t.)**
Vinícola A	7 há	100 t.
Vinícola B	6 há	-
Vinícola C	6 há	50 t.
Total	**19 há**	**150 t.**

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Segundo o IBGE (2013) a safra de uvas de 2013 em Bituruna contabilizou 8.247 quilogramas por hectare cultivado, numa área colhida de 97 hectares no referido ano. De acordo com esses dados e as informações das atividades dos vitivinicultores, nota-se que dos 97 hectares da área colhida no município com a produção de uva na safra de 2013, as três vinícolas juntas podem ter processado apenas a metade da safra de uvas de 2013.

De acordo com a matéria exibida no site do Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) em outubro de 2014, com o título “Produção local de uva só atende metade da demanda por uva na região Centro Sul”, os produtores das vinícolas de Bituruna estão utilizando novas e modernas tecnologias para aumentar a produtividade local. Como a produção se destina à fabricação de vinho, 90% da área é cultivada com a variedade Bordô e já existem alguns parreirais da variedade Niágara branca e a rosada, que se destinam ao consumo *in natura*. Mas ainda assim, de acordo com os proprietários, a produção local é insuficiente e praticamente metade da uva utilizada nas cantinas da região é adquirida em Santa Catarina e Rio Grande do Sul (EMATER, 2014).

Nesse sentido em 2013, os dados apontaram para a suficiência na produção de uvas para a indústria vinícola em Bituruna e apresentado ainda um excedente de uvas, enquanto que para o ano de 2014 notou-se, através da matéria exibida pela EMATER, um grande aumento na necessidade de uvas, levando à procura da matéria prima nos estados vizinhos ao Paraná para suprir a demanda. Conclui-se que o aumento da necessidade de matéria prima em 2014 é um demonstrativo do crescimento da indústria vinícola de Bituruna.

As vinícolas pesquisadas, em geral, têm na produção de vinhos o seu principal produto, e constata-se que houve a ampliação na oferta de derivados pela

Vinícola A e B ao produzirem o suco e doce de uva. A comercialização dos produtos nas Vinícolas B e C é feita através de representantes e também ocorre diretamente em suas respectivas cantinas. A Vinícola A realiza sua comercialização através da internet e dispõe de uma loja própria que está localizada no centro da cidade, além de disponibilizar seus produtos em restaurantes e supermercados da região e municípios vizinhos (Quadro 4).

Quadro 4 – Produtos e comercialização das vinícolas de Bituruna, PR.

Vinícola	Tipos de derivados da uva	Tipos de vinhos	Comércio
Vinícola A	Vinhos e suco de uva	Vinhos de Mesa Tinto e o Branco, Vinho Fino Tinto	Loja própria, supermercados, restaurantes e vendas pela internet
Vinícola B	Vinhos, suco e doce de uva artesanal	Vinhos de Mesa Tinto e o Branco, Vinho Fino Tinto e o Branco	Cantina da vinícola e vendas por representantes na região
Vinícola C	Apenas vinhos.	Vinhos de Mesa Tinto e o Branco, Vinho Fino Tinto	Cantina da vinícola e vendas por representantes na região

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Em relação à divulgação do vinho de Bituruna, as respostas obtidas confirmaram em unanimidade a existência de duas festas no calendário municipal, a Festa da Uva e a Festa do Vinho, das quais todas as vinícolas participam e assim promovem seus produtos. Segundo Valduga (2012), as festas contribuíram para a divulgação do vinho e da região produtora do Vale dos Vinhedos, e essas festividades regionais são responsáveis por embasar o surgimento do fenômeno turístico na Serra Gaúcha. Assim pode-se dizer que Bituruna segue a mesma linha de atuação que beneficia economicamente e culturalmente ao município.

Em relação a visitação nas vinícolas (Quadro 5), todas permitem essa prática, e para a Vinícola A a procura vem aumentando, mas a procura não é constante na vinícola B, e sempre aparecem visitantes na vinícola C.

Quadro 5 – Características da visitação nas vinícolas de Bituruna, PR.

Visitação	Vinícola A	Vinícola B	Vinícola C
É permitida?	Sim	Sim	Sim
Existe a procura?	A procura vem aumentando	Mas a procura não é constante	Sempre aparecem visitantes
Como é feita?	Agendamento prévio e taxa de visitação, dispomos de pacotes para visitas técnica ou turística.	Agendamento prévio e taxa de visitação, compreende caminhada aos parreirais e degustação na cantina.	Não há cobrança de taxa de visitação, após a caminhada na propriedade ofertamos a degustação dos vinhos.
Quais atividades são associadas?	Visitação ao museu familiar na vinícola, minicurso de degustação, é possível a inclusão de Almoço ou Café colonial.	Somente a visita na propriedade e na Cantina.	Apenas uma caminhada na propriedade.
Periodicidade das visitantes	Férias e vindima	Férias de fim de ano e a Vindima	Visitam mais na época de férias e feriados.
O turismo do vinho é importante?	Sim	Não	Não
Qual a contribuição do turismo do vinho?	Fideliza o cliente e valoriza o produto.	Não acredito, pois falta demonstração de lucratividade nessa atividade.	Não há porque a região é desfavorecida e está em defasagem no turismo.

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Quanto às atividades associadas com experiências enoturísticas, apenas a Vinícola A disponibiliza atividades associadas com a visitação para ampliar a oferta de serviços ao visitante. As férias de janeiro/fevereiro coincidem com o período de vindima, sendo essa época de maior movimento nas vinícolas. A Vinícola A acredita que o desenvolvimento do turismo é fator de incremento, e nota-se que há a oferta de serviços que incluem visitação ao museu, minicurso de degustação, almoço e degustação. No entanto, para as Vinícolas B e C o desenvolvimento do turismo não é importante apesar de receberem visitantes.

Os entrevistados das Vinícolas B e C acreditam que as visitas não são importantes, porque ademais do número significativo de turistas que pedem para conhecer o local, muitos não compram os produtos e dessa forma, o tempo gasto com as pessoas acaba sendo desperdiçado, pois quem os acompanha poderia ter

desenvolvido uma atividade mais lucrativa, e ainda em relação a resposta sobre a contribuição do enoturismo (turismo do vinho), as mesmas vinícolas se referiram com descrédito, tendo a Vinícola B salientado que não há lucratividade, enquanto a Vinícola C justificou concluindo que a região é desfavorecida.

Todas as respostas confirmam a existência de procura por visitações por parte de turistas, mas somente a vinícola A olha o turismo como uma oportunidade de alavancar os negócios, enquanto os B e C tem uma visão negativa. Nesse sentido uma característica torna-se evidente, as vinícolas são todas de gestão familiar e se satisfazem com o movimento de vendas apenas do vinho. Essa constatação também foi encontrada por Valduga (2007), pois grande maioria das empresas do Vale dos Vinhedos é familiar, o que faz com que a tarefa de atendimento ao público seja, por vezes, dividida com as demais atividades das organizações. Para a Vinícola B, o turismo não oferece uma segurança financeira que justifique o investimento, mas apesar da descrença, sempre recebe turistas em sua propriedade (Quadro 5).

De acordo com Seguro e Sarmento (2015), as atividades consideradas como básicas numa unidade de enoturismo, das vinícolas portuguesas pesquisadas (79%) são: provas de vinho; visitas guiadas às instalações e vinhas; e ainda a existência de loja. As vinícolas portuguesas articulam parcerias com outras empresas de animação turística e agências de viagens. Verificou-se que a gestão da Vinícola A é a que mais se aproxima do modelo português de gestão turística, e é a única que vem buscando desenvolver parcerias com outros setores para que juntos possam proporcionar a ampliação da oferta de serviços ao turista/visitante.

4.3 O ENOTURISMO DO PONTO DE VISTA DE GESTORES PÚBLICOS

A entrevista com os gestores públicos visou conhecer as ações que se voltam à gestão do turismo no município. Os gestores participantes da pesquisa foram o secretário municipal de turismo e o presidente da associação de produtores de uva e vinho de Bituruna (APRUVIBI), ambos foram solícitos ao participarem da entrevista.

Os entrevistados são residentes do município, com idade entre 26 a 50 anos, ambos do sexo masculino e possuem alto nível de escolaridade, com formação de grau superior nas áreas de administração e enologia.

O enoturismo, para os gestores públicos, é reconhecido como fator importante para o desenvolvimento do município. Atribuíram às duas festas municipais como as ações que são destinadas ao desenvolvimento do turismo, o gestor B inclui a participação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR na prestação de assessoria ao município (Quadro 6).

Quadro 6 – O Enoturismo e sua importância.

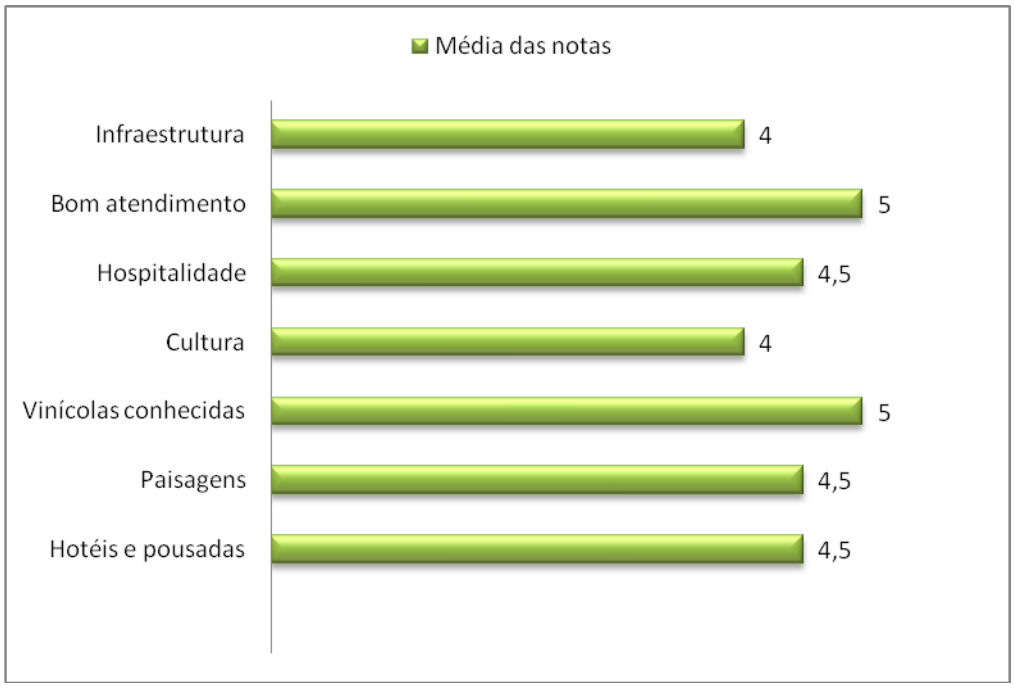
Enoturismo	**Gestor A**	**Gestor B**
Pode ser importante para gerar desenvolvimento em Bituruna?	Sim	Sim
Existem ações voltadas ao desenvolvimento do enoturismo em Bituruna?	Sim, as festas da uva e do vinho.	Sim, as festas da uva e do vinho e a assessoria do Sebrae e Senar.

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O gráfico da figura 8 descreve os elementos que são relevantes para o enoturismo, numa correspondência de valores em ordem crescente onde se considera a nota um (1) equivalendo ao valor de mínima importância e a nota cinco (5) para a máxima importância.

Os elementos “vinícolas conhecidas” e “bom atendimento” obtiveram a maior pontuação, sendo atribuída por ambos os gestores, seguramente são elementos associados ao setor de vendas e que são capazes de remeter a boa rentabilidade da atividade vinícola.

Figura 8 – Elementos relevantes ao desenvolvimento do enoturismo.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

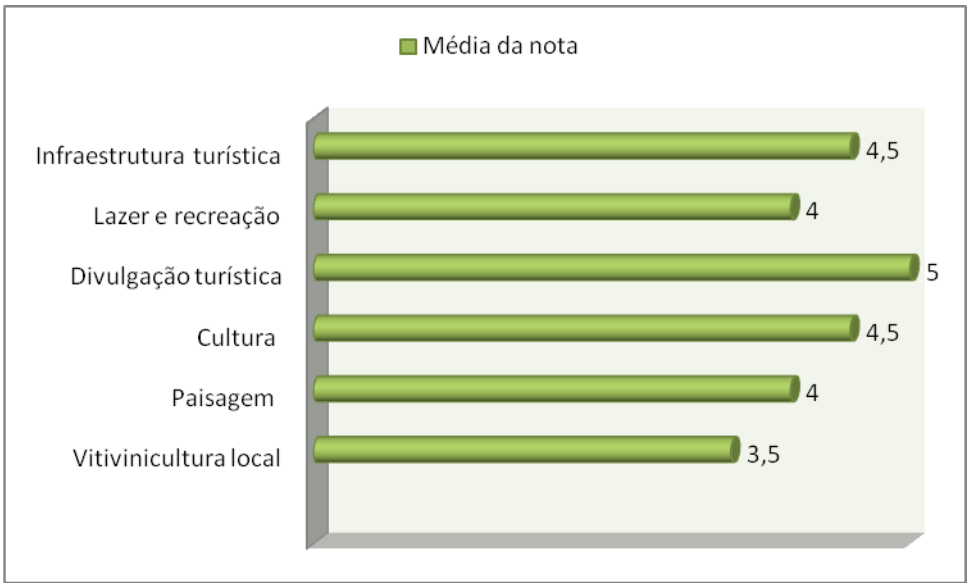
Essa constatação se relaciona diretamente com as questões norteadoras para a gestão turística do município, a preocupação com o retorno financeiro identificada como a prioridade, em que os gestores julgam ser importante para o desenvolvimento do enoturismo.

Na sequencia de importância estão os elementos “hospitalidade”, “paisagens” e “hotéis e pousadas” que receberam a mesma pontuação. A “paisagem” está relacionada diretamente com o meio vitivinícola, e já a “hospitalidade” é importante para que o visitante queira permanecer num local e os meios de hospedagem são diretamente afetados, ou seja, hospitalidade e hospedagem são elementos complementares.

Ao serem questionados sobre o desempenho do poder público com o poder privado em relação ao desenvolvimento do turismo em Bituruna, os gestores atribuíram a nota quatro (4) para a atuação desempenhada nesse quesito. A escala exprime valores em ordem crescente de 1 a 5, conforme o conceito que se quer atribuir para a qualificação da questão em pauta.

Os seis elementos dispostos para serem avaliados pelos gestores públicos, segundo a importancia para a atração de turistas, obtiveram os valores que variaram de três a cinco (3 a 5).

Figura 9 – Elementos importantes na atratividade de turistas.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A “divulgação turística” é o elemento apontado como o mais importante na atratividade de turistas para o município, ficando a “cultura” e a “infraestrutura turística” na sequência dos elementos mais relevantes para os gestores públicos. A preocupação dos gestores é a divulgação do município para que em decorrência haja o aumento do fluxo turístico, nesse aspecto o elemento “cultura” se relaciona diretamente na medida em que a cultura de uma determinada localidade carrega consigo todas as características inerentes a ela, e é amplamente representativa na divulgação de um local, pois lhe assegura uma identidade típica (Figura 9).

O elemento “infraestrutura turística” ficou em segundo na ordem de importância para os gestores públicos, porém é um elemento sobre o qual se alicerça o desenvolvimento adequado para todos os outros elementos turísticos.

A vitivinicultura obteve a menor nota dentre os elementos questionados, apesar de ser um elemento de destaque na região (Figura 9).

4.4 O CONTEXTO SOCIOECONÔMICO VINCULADO AO VINHO E ATIVIDADE TURÍSTICA PARA OS GESTORES PRIVADOS

Os entrevistados são residentes do município, com a idade variando entre 26 a 50 anos, sendo dois entrevistados do sexo masculino e seis do sexo feminino. O nível de escolaridade que se apresentou predominante é o Ensino médio (2ºgrau) completo, com quatro entrevistados possuindo esse nível de formação, e entre os outros quatro gestores apenas dois possuem graduação superior, e dois confirmaram ter concluído o Ensino fundamental apenas.

No Quadro 7 estão relacionados os atrativos turísticos e eventos que foram apontados pelos gestores como importantes para o município.

Quadro 7 – Principais atrativos e eventos presentes em Bituruna, PR.

Gestores Privados	Atrativos turísticos de Bituruna	Eventos em Bituruna
Gestor A	Estátua Santa Bárbara, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande, Cachaçarias.	Festa da Uva e Festa do Vinho
Gestor B	Estátua Santa Bárbara, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande	Festa da Uva, Festa do Vinho e o Rodeio crioulo
Gestor C	Estátua Santa Bárbara, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande	Festa da Uva e Festa do Vinho
Gestor D	Vinho, Estátua Santa Bárbara, Cachoeiras	Rodeio crioulo, Festa da Uva e a Festa do Vinho
Gestor E	Estátua Santa Bárbara, Rodeios, Vinícolas	Festa do Vinho, Festa da Uva e o Rodeio crioulo
Gestor F	Vinícolas e Estátua Santa Bárbara	Festa da Uva e Festa do Vinho
Gestor G	Vinícolas e Estátua Santa Bárbara	Festa da Uva e Festa do Vinho
Gestor H	Vinícolas e Estátua Santa Bárbara	Festa da Uva e Festa do Vinho

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

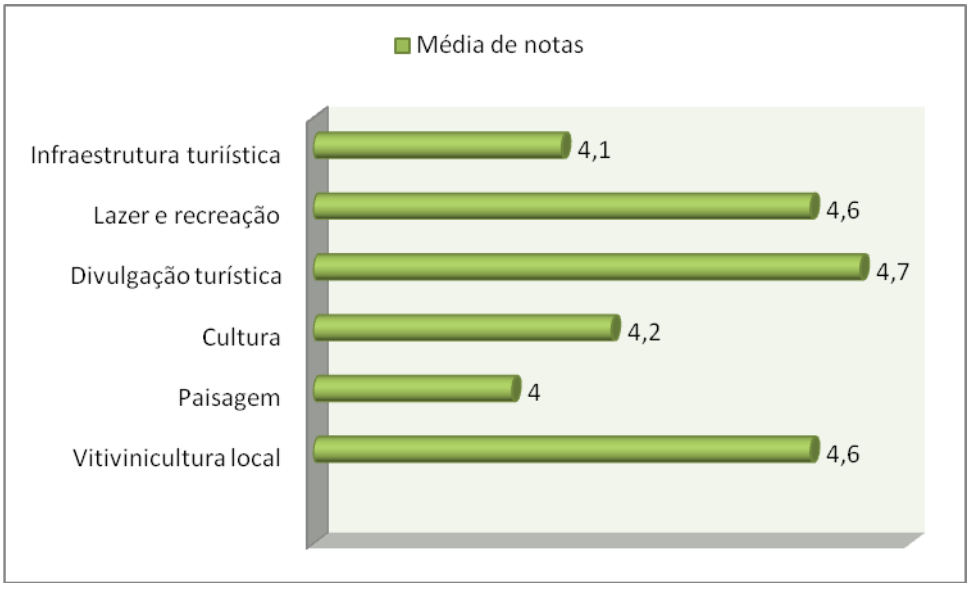
A Estátua de Santa Bárbara é o atrativo turístico mais citado pelos gestores privados, trata-se de um monumento religioso situado em um dos pontos mais altos da cidade e essa localização favorece o seu reconhecimento como atrativo. As

vinícolas foram mencionadas como o segundo atrativo mais importante em Bituruna. As áreas de lazer também foram apontadas como detentoras de atratividade, importante ressaltar o bom estado de conservação presente nesses espaços públicos.

Dentre os eventos que divulgam a cidade e atraem visitantes estão as tradicionais festas da uva e a do vinho, e o rodeio crioulo (Quadro 7).

Os seis elementos dispostos para serem avaliados pelos gestores privados, segundo a importância para a atração de turistas, obtiveram as notas que variaram de três a cinco (Figura 10). Para os gestores privados o elemento “divulgação turística” é o mais importante para a atratividade turística no município. O divulgar o município pode lhe dar maiores chances de atrair pessoas para visitá-lo, na sequência encontram-se os elementos “vitivinicultura” e “lazer e recreação” que obtiveram a mesma nota na escala de importância. Esses elementos estão diretamente relacionados com a divulgação turística, ambos proporcionam atividades de entreterimento ao visitante.

Figura 10 – Elementos importantes na atratividade de turistas.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A “paisagem” obteve a menor nota dentre os elementos questionados, porém a sua pontuação alcançou um valor alto em relação a escala de importância atribuída, demonstrando boa representatividade desse elemento para a região

(Figura 10). Para Lavandoski (2008), o turista ao visitar regiões vitivinícolas no Brasil ou no mundo, percebe na paisagem uma diferença peculiar perante outros destinos turísticos. A autora observa ainda que existem muitas atividades turísticas que podem ser desenvolvidas em contato com a paisagem, e assim criam alternativas de incremento na oferta turística (LAVANDOSKI, 2008).

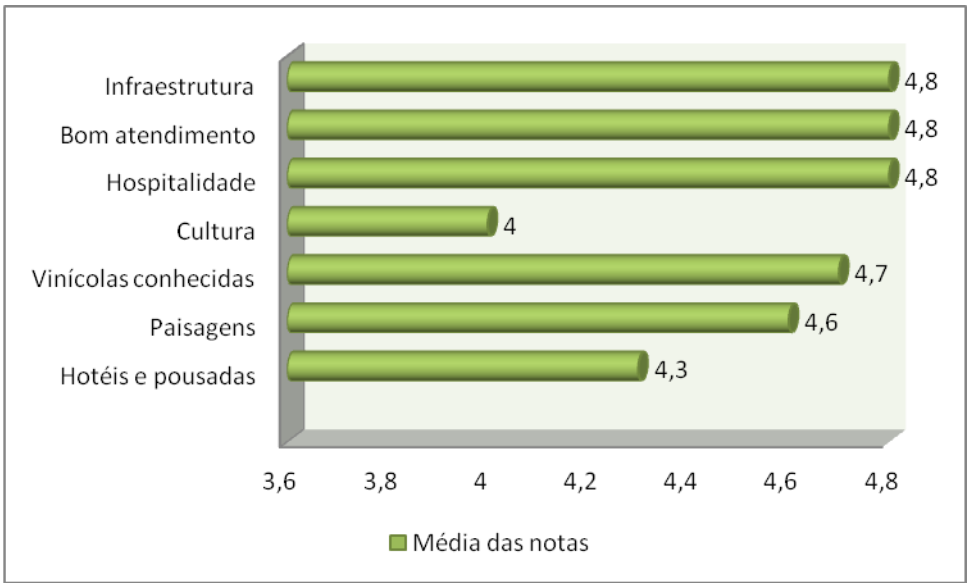
A maioria dos gestores privados acredita na influência do enoturismo no crescimento das empresas e na importância dessa atividade para a economia de Bituruna.

De acordo com Valduga (2007), existe uma relação importante entre as vendas dos produtos locais e o desenvolvimento do enoturismo, ele contribui positivamente para o aumento da demanda dos produtos e serviços locais, o que fortalece toda a cadeia ou rede turística regional. Sendo assim, a maioria dos gestores privados confirma a importância do enoturismo para gerar crescimento econômico.

Os gestores privados, ao analisarem a integração entre o poder público e o privado em relação ao desenvolvimento do turismo em Bituruna, atribuíram as notas que variaram de dois a cinco (2 a 5), na correspondência de valores onde se considera a nota um (1) para mínimo comprometimento e a nota cinco (5) para máximo comprometimento. A média da nota conferida foi de 3,1.

Os elementos apresentados na Figura 11 são relevantes para o enoturismo, os gestores avaliaram cada um deles e atribuíram notas de um (1) a cinco (5) conforme a importância atribuída em escala crescente.

Figura 11 – Elementos relevantes ao desenvolvimento do enoturismo, para os gestores privados do município de Bituruna, PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Os elementos “infraestrutura”, “bom atendimento” e “hospitalidade” obtiveram a maior nota (4,8), a visão dos gestores privados é coerente, visto que os elementos se inter-relacionam e promovem melhor desenvolvimento dos outros elementos em questão. Na sequência encontra-se “vinícolas conhecidas”, que peculiarmente constituem o elemento primordial do atrativo enoturístico.

Já o elemento “cultura” recebeu a menor nota, o que leva ao entendimento de que esse elemento não tem seu devido reconhecimento (Figura 11).

Conforme o Quadro 8, o atendimento aos turistas foi relatado pela maioria dos entrevistados e o fluxo de turistas apresentou-se variável. Quatro empreendimentos declararam receber de 31 a 50 turistas por mês, e a lucratividade vinculada ao enoturismo mostrou-se diretamente relacionada a essa demanda, fato corroborado pelas altas notas que foram atribuídas com variação de quatro a cinco (4 a 5).

Quadro 8 – Dados sobre o atendimento aos turistas e a lucratividade relacionada ao enoturismo em Bituruna, PR.

Gestor Privado	A empresa atende a turistas?	Número mensal de turistas atendidos.	Lucratividade gerada com o enoturismo.
Gestor A	Sim	31 a 50	5
Gestor B	Não	0 a 10	1
Gestor C	Sim	0 a 10	2
Gestor D	Sim	0 a 10	4
Gestor E	Sim	31 a 50	5
Gestor F	Sim	31 a 50	4
Gestor G	Sim	0 a 10	2
Gestor H	Sim	31 a 50	5

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

4.5 O ENOTURISMO NA VISÃO DOS REPRESENTANTES COMUNITÁRIOS

Os entrevistados são residentes no município, com a idade variando entre 41 a 50 anos, sendo dois entrevistados do sexo feminino e um do sexo masculino. O nível de escolaridade que se apresentou dominante é o Ensino médio completo (2º grau).

Conforme o Quadro 9, as vinícolas e as áreas de lazer são os atrativos turísticos mais citados. A estátua de Santa Bárbara citada por dois dos entrevistados, devido ao seu apelo atrativo na cidade. Os eventos da cidade que atraem visitantes foram citados as tradicionais festas da uva e a do vinho, e o rodeio crioulo, semelhante ao que respoderam os gestores privados.

Quadro 9. Principais atrativos e eventos presentes em Bituruna, PR.

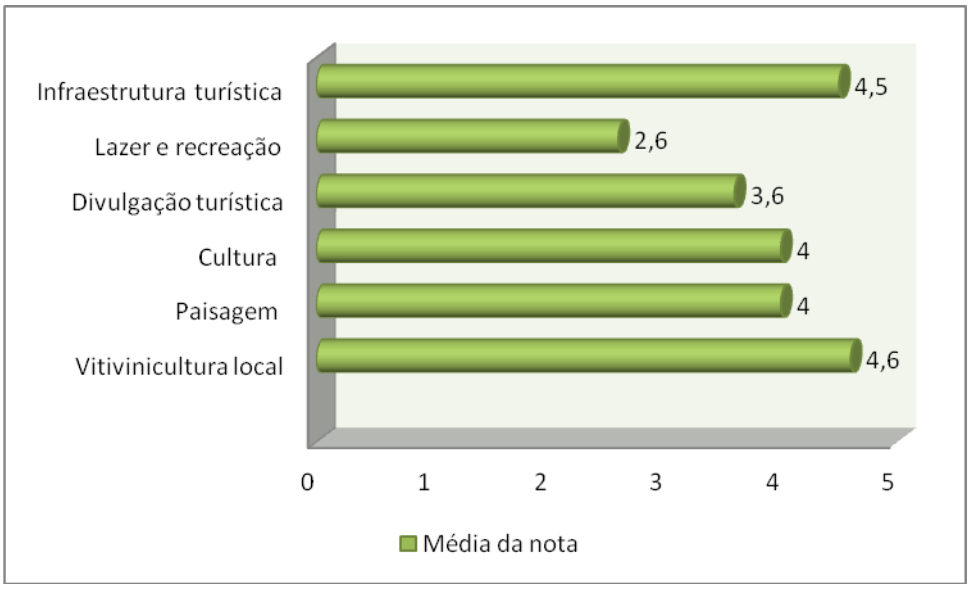
Comunidade	Atrativos turísticos de Bituruna	Eventos em Bituruna
Representante A	Estátua Santa Bárbara, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande, Vinícolas	Festa da Uva e Festa do Vinho e Rodeio
Representante B	Cachoeiras, Vinícolas, Paisagem, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande	Festa da Uva, Festa do Vinho
Representante C	Estátua Santa Bárbara, Área de lazer Linha Bet e Volta Grande, Vinícolas	Festa da Uva e Festa do Vinho

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Na Figura 12, os entrevistados foram questionados sobre a importância que os seis elementos, dispostos no gráfico, desempenham na atração de turistas para o município, os valores que foram atribuídos variaram de um a cinco (1 a 5).

A “vitivinicultura” é o elemento assinalado como o mais importante na atratividade de turistas, e a “infraestrutura turística” encontra-se na sequência dos elementos mais relevantes na opinião dos representantes da comunidade. “Lazer e recreação” obteve a menor nota dentre os elementos relacionados (Figura 12).

Figura 12. Elementos importantes na atratividade de turistas.



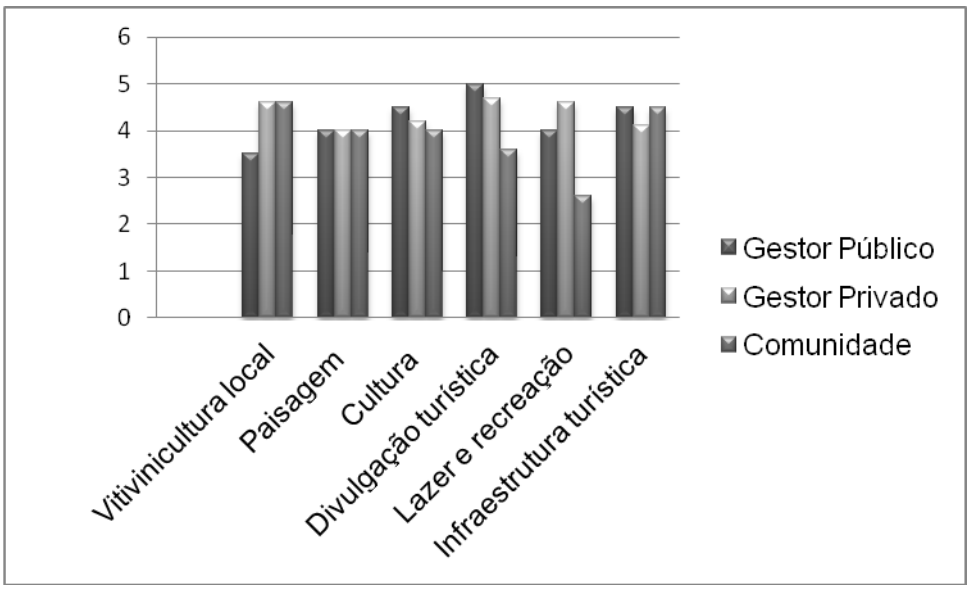
Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Foi questionado aos representantes da comunidade sobre a integração entre o poder público e o privado no esforço de promover o desenvolvimento do turismo no município, e em resposta atribuíram notas que variaram de três a cinco (3 a 5), onde a nota um (1) representa mínimo comprometimento e nota cinco (5) para máximo comprometimento. A média da nota atribuída pelos representantes da comunidade obteve valor 4, demonstrando que a relação de integração entre o poder público e o privado apresenta-se com ótimo desempenho.

4.6 COMPARATIVO ENTRE AS RESPOSTAS DOS DIFERENTES ATORES SOCIAIS EM RELAÇÃO A RELEVÂNCIA DE ELEMENTOS IMPORTANTES PARA O TURISMO E ENOTURISMO

Conforme a Figura 13, identica-se que o elemento de maior importância para a atratividade de turistas no municipio de Bituruna, é a “divulgação turística”, por ser uma cidade pouco conhecida, e de interior, e estar distante de grandes centros urbanos, percebe-se que as dificuldades maiores se encontram nesse sentido, porém as respostas dos três grupos apontam que o municipio tem algo a oferecer, assim justifica-se a importância de se divulgar mais as riquezas da região.

Figura 13. Relevância dos elementos para o desenvolvimento do turismo em Bituruna, PR.

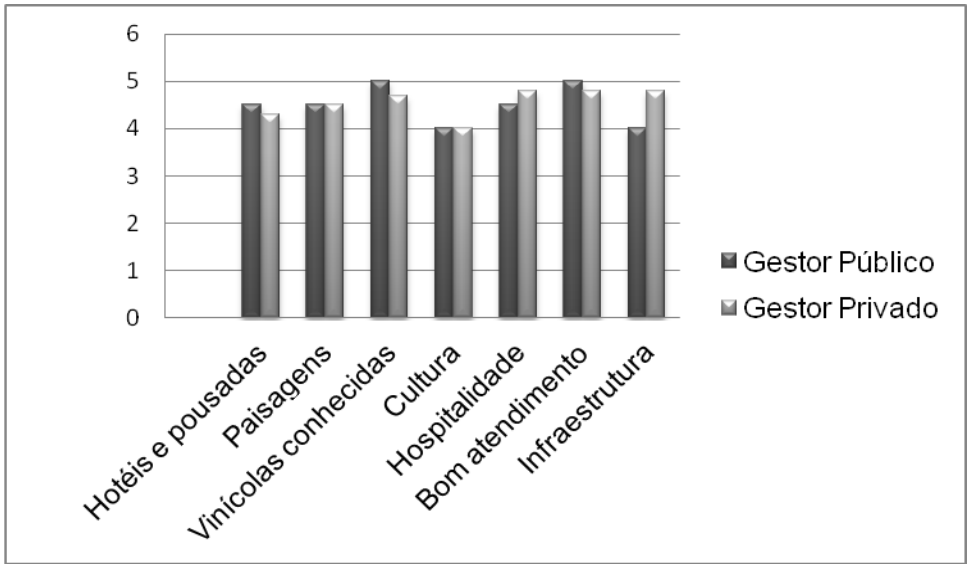


Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O elemento de menor destaque para a comunidade foi “lazer e recreação”, podendo-se dizer que os subgrupos não creem que seja um meio para a atração de visitantes. “Paisagem” foi o elemento que todos os subgrupos deram alta importância. Nesse sentido percebe-se a valorização do meio rural e a sua riqueza natural, fruto de uma rica geografia que foi favorecida pela obra humana que produziu os lagos artificiais (alagados), fruto do represamento do Rio Iguaçu para a construção de usinas hidroelétricas.

Conforme a Figura 14 demonstra, o comparativo dos subgrupos de gestores entrevistados sobre o enoturismo e os elementos que são importantes para o seu desenvolvimento. Os elementos mais representativos foram as “vinícolas conhecidas” e o “bom atendimento”, enquanto que os elementos “paisagem” e “cultura” obtiveram notas similares de ambos os subgrupos, apesar de que o elemento cultura teve menor destaque. Os elementos “vinícolas conhecidas” e “bom atendimento” relacionam-se pelo fato de que são intimamente ligados ao enoturismo, pois se espera que a experiência de visitação em uma vinícola seja agradável para que ocorra a satisfação por parte do visitante, e isso certamente influenciará economicamente a vinícola.

Figura 14. Relevância dos elementos para o desenvolvimento do enoturismo em Bituruna, PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A “hospitalidade” se destacou obtendo notas altas como elemento de importância para o desenvolvimento do enoturismo. Segundo a pesquisa realizada por Valduga (2012), o fator que certamente contribuiu para o enoturismo na Serra Gaúcha foi a hospitalidade local, existindo uma cultura organizacional que visa esse fim. Assim como outras atividades turísticas, para o exercício do enoturismo é de grande importância que se saiba “receber bem”.

O elemento “paisagem”, nas diversas regiões enoturísticas é um elemento importante, assim Zanini e Rocha (2010) que pesquisaram turistas no Vale dos

Vinhedos e no Vale de São Francisco, relataram um interesse expressivo em apreciá-las nos dois grupos pesquisados, no Vale dos Vinhedos 93% dos visitantes e 77% no Vale de São Francisco, responderam ter muito interesse ou interesse razoável.

De acordo com Lavandoski (2008), o enoturismo não consegue se desenvolver em sua plenitude, se não levar em consideração o valor paisagístico de determinada região. A paisagem enoturística é decorrente da ação humana, e está diretamente ligada ao vinho além de ser, em alguns casos, o agente motivador para a procura turística.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o estudo realizado nesta pesquisa percebe-se, que o enoturismo está em ascensão no Brasil. No atual contexto econômico é necessário pensar em soluções para superar a crise e criar novas oportunidades de renda. O turismo pode ser uma boa alternativa, haja visto que este setor é uma atividade econômica, que nas últimas décadas cresceu de forma significativa no Brasil e no mundo.

Bituruna e sua região de influência não possuem muitos pontos turísticos estruturados, a Rota dos Vinhos foi proposta para dar identidade ao município, pois eventos como a Festa da Uva e a Festa do Vinho já faziam parte do calendário anual da urbe.

As características geográficas, históricas e culturais da região supracitada são favoráveis à vitivinicultura e ao desenvolvimento do enoturismo, porém a participação integrada dos gestores públicos e privados não é efetiva para a maioria dos entrevistados.

No escopo do que se apresenta percebeu-se que o enoturismo é uma prática que vem ocorrendo nas vinícolas de Bituruna e a sua influência na vitivinicultura local foi concebida como insatisfatória pela maioria das vinícolas.

Notou-se que para o município o enoturismo revela-se como uma importante proposta de desenvolvimento local, visto que ademais de cultivar os valores e manter a tradição na produção de vinhos o turismo contribui com a economia do comércio local.

Entrementes se percebe que há muito a se fazer, haja vista que mesmo havendo o interesse do Poder Público, existe muita dificuldade no que tange ao desenvolvimento de ações efetivas para se criar e estabelecer uma gestão que fomente o turismo em Bituruna. É essencial que haja a percepção dos benefícios do turismo, atentando-se para a sua importância econômica e sociocultural, promovendo dessa maneira, o bom relacionamento entre os gestores, comunidade e o meio ambiente.

Para haver o desenvolvimento efetivo do enoturismo em Bituruna faz-se necessário o investimento público e é essencial o interesse da iniciativa privada em promover novos negócios, tendo em vista a grande capacidade do setor turístico em

gerar demanda favorável ao crescimento econômico como o que ocorre no destino enoturístico do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul.

No entanto, a produção vitivinícola aliada aos aspectos culturais do município revelou-se adequada para a oferta turística de Bituruna e possibilita ao enoturismo o espaço para se desenvolver, assim como ocorre em outras regiões enoturísticas de sucesso apresentadas anteriormente no referencial teórico.

Deste modo, questionamentos surgem e observações podem ser feitas em relação ao trabalho realizado. Um estudo visando confrontar os modelos de gestão enoturística poderia ser importante para se estabelecer a viabilidade econômica atrelada ao enoturismo, observando-se que a rentabilidade é um fator importante em qualquer empreendimento.

Considerando-se as limitações que não permitiram o aprofundamento de algumas questões diretamente relacionadas ao enoturismo, como os aspectos históricos e socioculturais dessa atividade no município, por tratar-se de um setor econômico pouco conhecido na região, ainda assim espera-se ter contribuído de alguma maneira para os estudos sobre enoturismo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERT, A. Z. **O admirável novo mundo do vinho: e as suas regiões emergentes.** São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2004.

ALVES, Z. M. M. B.; SILVA, M. H. G. F. D. da. Análise Qualitativa de Dados de Entrevista: Uma Proposta. **Paidéia**. FFCLRP – USP. V. 2, p. 61- 69. Fev/Jun de 1992. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-863X1992000200007> Acesso em: Nov. 2015.

BARATIERI, F. L. A produção de vinhos finos de altitude na região vitivinícola de São Joaquim (SC): uma alternativa para o turismo? **Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria)** Univali, Balneário Camboriú: 2010.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 1995.

_____ O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29. Out. 2003. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a01.pdf> Acesso: em Jan. 2014.

BITURUNA. Prefeitura Municipal de Bituruna. **Aspectos históricos**. Disponível em <http://www.bituruna.pr.gov.br/base.php?id=historia> Acesso em: out. de 2013.

_____ Prefeitura Municipal de Bituruna. **Turismo**. Disponível em: <http://www.bituruna.pr.gov.br/turismo>. Acesso em: Nov. de 2014.

BOTELHO, R. V.; PIRES, E. J. P. **Viticultura Como Opção De Desenvolvimento Para Os Campos Gerais**. In: II Encontro de fruticultura dos Campos Gerais, Ponta Grossa, 2009. Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR: 2009.

BRÁS, J. M. da S. As rotas de vinho como elementos de desenvolvimento económico. **Dissertação (Mestrado em Planeamento do Território – Inovação e Políticas de Desenvolvimento)** Universidade de Aveiro, Aveiro: 2010. Disponível em: <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/3433/1/2010000693.pdf> Acesso em: Abr. de 2013.

CARRARO, M. C. **História do enoturismo na serra gaúcha: Análise dos municípios de Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Flores da Cunha, Garibaldi e Veranópolis – 1910 a 1995.** TCC - Faculdade de Integração do Ensino Superior do Cone Sul – FISUL. Curso Tecnológico em Gestão do Turismo – Enoturismo. Garibaldi. 2008.

CONEXÃOBITURUNA. **História.** 2015. Disponível em: <http://conexaobituruna.blogspot.com.br/search/label/Hist%C3%B3ria> Acesso: Jun. 2015.

COSTA, A. KASTENHOLZ, E. **O Enoturismo como factor de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas**. Cabo Verde. 2003. 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde e 2º Congresso Lusófono de Ciência Regional. Cabo Verde. 2009. Disponível em: <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2015/157A.pdf> Acesso em: Abr. de 2015.

EMATER – Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural. **Produção local de uva só atende metade da demanda por uva na região Centro Sul.** Disponível em: < http://www.emater.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=4149> Acesso em Nov. de 2015.

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Clima.** 2014. Brasília: 2014. Disponível em <http://www.cnpf.embrapa.br/pesquisa/efb/clima.htm> Acesso: Abr. de 2014.

_____ Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **A vitivinicultura brasileira: realidade e perspectivas.** 2014. Bento Gonçalves: 2014. Disponível em < http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/> Acesso: Abr. de 2014.

FAEP – Fundação de Amparo ao Ensino e Pesquisa. **Viticultura**. Boletim Informativo Sistema. nº 1250. Semana 03 a 16 de março de 2014. Disponível em: <https://issuu.com/sistemafaep/docs/1250/16> Acesso em: Set. de 2014.

FERREIRA, J. C. V**. Municípios paranaenses: origens e significados de seus nomes.** Secretaria de Estado da Cultura. Curitiba: 2006. Disponível em: <http://www.itcg.pr.gov.br/arquivos/File/Produtos_DGEO/Divisas_Municipais/Origens_Significados_nomes_municipios_pr.pdf> Acesso em: Ago. de 2012.

FLORES, M. A. D.; FLORES, A. **Diagnóstico do enoturismo brasileiro**: um mercado de oportunidades. SEBRAE: Brasília, DF; IBRAVIN: Bento Gonçalves, RS, 2012. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/downloads/1377631662.pdf> Acesso em: Maio de 2014.

GALVÃO, P. L. de A. Enoturismo e dinâmicas sócio-espaciais no Vale do São Francisco – PE. 2006**. Dissertação (Mestrado)**. Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Mestrado e Doutorado em Geografia. Curso de Mestrado em Geografia. Recife, 2006. Disponível em: <http://www.livrosgratis.com.br/arquivos_livros/cp005159.pdf> Acesso em: Maio de 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censos Demográficos**. 2014. Rio de Janeiro: 2014.

_____ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Levantamento Sistemático de Produção Agrícola.** 2014**.** Rio de Janeiro: 2014.

_____ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção Agrícola Municipa**l 2013. Rio de Janeiro: 2014.

IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho. **Legislação.** Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/legislacaobrasileira.php> Acesso em: Maio de 2015.

_____ – Instituto Brasileiro do Vinho. **Panorama geral.** Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/panorama-geral.php.> Acessado em: Maio de 2015.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2003.

INÁCIO, A. I. **O enoturismo: da tradição à inovação, uma forma de desenvolvimento rural.** (Resumo). In: Congresso de Estudos Rurais, 3, 2007. Faro: Universidade de Algarve, 2007. Disponível em: <http//www.sper.pt/IIICER/index.htm.> Acessado em: abr. 2013.

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia *et al*. **Programa de análise de produtos : relatório de vinho**. Rio de Janeiro: Inmetro, 2008. Disponível: <http://www.inmetro.gov.br/consumidor/produtos/vinho.pdf> Acesso em : Ago. 2012.

IVV – Instituto da Vinha e do Vinho. **Enoturismo e Rota dos vinhos.** Disponível em: <http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/89.html> Acesso em: Ago. de 2015.

JOHNSON, H. **A história do vinho.** São Paulo: Cia. das Letras, 1999. 546 p.

KHATIB, F. E. **História do Paraná**. Os Municípios. Editora Grafipar. Curitiba. Paraná. 1969.

KRUGER, N. **Palmas – Paisagem e memória**. Costabile Romano. Ribeirão Preto. São Paulo. 2002.

LAVANDOSKI, J. A paisagem na Rota Enoturística Vale dos Vinhedos (RS), na perspectiva do visitante. **Dissertação (Mestrado em Turismo)** UCS, Caxias do Sul: 2008.

LAVANDOSKI, J.; TONINI, H.; BARRETO, M. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). **RBTUR, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 6(2), pp. 90-106, mai./ago. 2012. Disponível em: <http://rbtur.org.br/rbtur/article/view/529> Acesso em: Jun. de 2013.

LOCKS, E. B. D.; TONINI, H. Enoturismo: o vinho como produto turístico. **Turismo em Análise.** v. 16, n. 2, p. 157-173, novembro 2005. Disponível: <http://turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/428> Acesso em: Jun. de 2013.

LOSSO, F. B.; PEREIRA, R. M. F. do A. O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na Região de São Joaquim (SC, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 6(2), p. 181-200. Maio/Ago. 2012.

MARGARIDO, R. J. F. G. Adegas contemporâneas. Um novo discurso na arquitectura vernacular ou o boom do Eno-arquitecturismo? **Dissertação (Mestrado em Arquitetura)** Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. Coimbra 2009. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/11738/1/tese_RaquelMargarido.pdf> Acesso em: Maio de 2013.

MARQUES, C. B.; SANTOS, C. H. S. A economia na rota turística do Vale dos Vinhedos, RS. **REVISTA SABER ACADÊMICO – UNIESP**. Nº 09. Jun. 2010/ ISSN 1980-5950. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista9/pdf/artigos/13.pdf> Acesso em: Fev. de 2014.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 1, n. 3, 1996.

NOVAKOSKI, D.; FREITAS, A. **Vinho: castas, regiões produtoras e serviço**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2003.

MINAYO, M. C. de S. (Org). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

PACHECO, A. de O. **Iniciação à enologia**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2006.

PACHECO, A. de O. SILVA, S. H. **Iniciação à enologia.** In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org). **Turismo:** como aprender, como ensinar. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.

PADILLA, V. A. A. Desarrollo de un producto innovador para el turismo enológico: la Ruta del vino en el estado de Querétaro. **Tesis Maestro en Administración e Innovación del Turismo.** Instituto Politècnico Nacional Escuela Superior De Turismo. México, D.F: 2011. Disponível em: <http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/13414?show=full> Acesso: Abr. 2015.

PANOSSO NETO. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

PHILLIPS, R. **Uma breve história do vinho**. Tradução de Gabriela Máximo – 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Record, 2003.

PINTO, 2012. Caracterização da produção vitivinícola em Bituruna, PR. **Trabalho de Conclusão de Curso.** Faculdade Guairacá. Curso Tecnologia em Gastronomia. Guarapuava, 2012.

PIRAQUARA. Prefeitura Municipal de Piraquara. **Enoturismo**. Disponível em: <http://www.piraquara.pr.gov.br/turismo/Enoturismo++26+3912.shtml> Acesso em: Ago. de 2015.

PROTAS, J. F. da S. **Vitivinicultura brasileira**: panorama setorial de 2010. SEBRAE: Brasília, DF; IBRAVIN: Bento Gonçalves; Embrapa Uva e Vinho, 2011. 110 p. Disponível em:<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/livro/vitivinicultura.pdf> Acesso em: Jun. 2013.

REYS, C. de la O. La satisfacción del turista cultural enológico : causas y efectos. **Tesis Doctoral.** Universidad de Huelva. Huelva: 2012. Disponível em: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/5436/La_satisfaccion_del_turista_cultural_enologico.pdf?sequence=2> Acesso: abr. 2013.

ROMAN, C. M. A inteligência competitiva como difusora da ação estratégica: diagnóstico do setor vinícola de Bento Gonçalves – RS**. Dissertação (Mestrado)** – Fundação Getúlio Vargas. Escola Brasileira de Administração Pública. Rio de Janeiro: 2001. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3727> Acesso em: Abr. de 2013.

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais. **Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo.** Disponível em: < http://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-industria-comercio-e-turismo/circuito-ecoturistico-taquaral/> Acesso em: Ago. de 2015.

SEGURO, P; SARMENTO, M. Enoturismo em Portugal – **Caracterização da oferta e da procura.** Publicada pela Proturismo de Portugal, 2015. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/competitividadeeinovacao/setoresdeatividade/Documents/Carateriza%C3%A7%C3%A3o%20das%20Unidades%20de%20Enoturismo%20-%20Procura%20%202015%20-%20vers%C3%A3o%20proposta.pdf> Acesso em: Nov. de 2015.

SCHIRIGATTI, E. L. HOEFLICH, V. A. KASPRZAK, F. F. Cadeia Produtiva da Uva e do Vinho em Pequenas Propriedades Rurais: Estudo de Caso do Caminho do Vinho na Colônia Mergulhão**.** 2010**.** In.: **48º Congresso SOBER** – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. São José dos Pinhais. 2010. Disponível em: < http://www.sober.org.br/palestra/15/1280.pdf> Acesso em: Ago. 2012.

SIEDLECKI, K. N. **Avaliação do Potencial Mineral e Consultoria Técnica à Prefeitura Municipal de Bituruna**. Relatório Final. Projeto riquezas minerais. MINEROPAR - Secretaria de Estado da Indústria, do Comércio e do Turismo - Curitiba, 2001. Disponível em: <http://www.mineropar.pr.gov.br/arquivos/File/publicacoes/relatorios_concluidos/27_relatorios_concluidos.pdf> Acesso em: Ago. 2012.

SOUZA, S. A. P. et al. (Coord.) **Inventário turístico.** Bituruna: Prefeitura Municipal, 2006.

TONINI, H. Estado e Turismo: políticas públicas e enoturismo no Vale dos Vinhedos. **Dissertação (Mestrado em Turismo)** UCS, Caxias do Sul: 2007.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TURISMO. Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná. **Notícias.** 2015. Curitiba: 2015. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=534> Acesso em: Ago. de 2015.

_____ Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná. Turismo Rural nas Rotas do Pinhão. 2015. Curitiba: 2015. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=407> Acesso em: Ago. de 2015.

VALDUGA, V. O Processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos. **Dissertação (Mestrado em Turismo)** UCS, Caxias do Sul: 2007.

_____O Desenvolvimento do enoturismo no Vale Dos Vinhedos (Rs/Brasil). **Revista de Cultura e Turismo**. Ano 6, n. 2. Jun. 2012. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano6-edicao2/8.enoturismo.pdf> Acesso em: Ago. de 2014.

VALE DOS VINHEDOS – Denominação de Origem Vale dos Vinhedos. Disponível em: <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo.php?view=98&idpai=132> Acesso em: Maio de 2015.

VINITALY - Salone Internazionale Del Vino e dei Distilati - Disponível em: <http://www.vinitaly.com/en/relive-vinitaly-2015/> acesso em: set. de 2015.

XAVIER, H. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo: Aleph, 2007

ZANINI, T. V.; ROCHA, J. M. da. O Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). **Turismo em Análise**. V. 21, nº 1. Abr. de 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14206> Acesso em: Jun. 2013.

APÊNDICES

APENDICE A

PESQUISA NO MUNICÍPIO DE BITURUNA, PARANÁ

O questionário a seguir faz parte de uma pesquisa realizada por uma aluna do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Sua colaboração é importante para o sucesso desta pesquisa. Responda as questões abaixo, assinalando a alternativa mais adequada ao seu entendimento. As informações prestadas são sigilosas e destinam-se apenas aos fins científicos da pesquisa.

Formulário para Entrevista

Nome da Empresa/Vinícola:

Função do Entrevistado:

1. Procedência:

   Município: . . . . . UF: . . .

   Data:

2. Escolaridade:
   ( ) Ensino fundamental – 1º grau

   ( ) Ensino médio – 2º grau

   ( ) Ensino superior - graduação

   ( ) Pós-graduado

   ( ) Outro

3. Sexo:
   ( ) Masculino ( ) Feminino

4. Idade:
   ( ) 18 anos a 25 anos

   ( ) 26 anos a 50 anos

( ) 51 anos a 60 anos

( ) Mais que 60 anos

1) Quando começou o trabalho com a uva? Quais variedades foram plantadas?

_____

2) Qual era o destino dado para as uvas produzidas no início e quando ocorreu a primeira produção de vinho?

_____

3) O vinho produzido era comercializado? Como e onde?

_____

4) Quando ocorreu a formalização da Empresa?

_____

5) Qual é a área cultivada atualmente? Quais variedades são cultivadas hoje e o que motivou a escolha desta(s) variedade(s)?

_____

6) A vinícola utiliza somente as uvas que são colhidas em sua propriedade? (Caso a resposta for negativa, quantos quilos de uvas foi necessário adquirir nessa última safra?)

_____

7) Qual(is) tipo(s) de vinho a empresa produz hoje? Quantos litros são produzidos atualmente?

_____

8) Como é feito a comercialização do vinho hoje? A empresa produz outro produto derivado da uva? Qual?

_____

9) No cultivo da uva e a fabricação do vinho, necessita-se de mão de obra capacitada? Existe a necessidade de contratar colaboradores? São permanentes ou temporários? Qual a procedência dos colaboradores?

_____

_____

10) Em sua opinião, a vitivinicultura pode contribuir para o desenvolvimento da cidade de Bituruna? De que forma?

_____

_____

11) Existem eventos que promovem o vinho em Bituruna? Quais?

_____

_____

12) Existe a procura de visitantes / turistas pela visitação na vinícola? A Empresa permite a visitação?

_____

_____

13) A vinícola acha interessante o desenvolvimento do turismo do vinho? Por quê?

_____

_____

14) Como é feita a visitação? Que atividades estão relacionadas à visitação? Há períodos do ano com maior número de visitantes?

_____

_____

APENDICE B

PESQUISA NO MUNICÍPIO DE BITURUNA

O questionário a seguir faz parte de uma pesquisa realizada por uma aluna do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Sua colaboração é importante para o sucesso desta pesquisa. Responda as questões abaixo, assinalando a alternativa mais adequada ao seu entendimento. As informações prestadas são sigilosas e destinam-se apenas aos fins científicos da pesquisa.

Entrevista com gestores públicos

1. Procedência:

   Município: . . . . . .UF: . . . . Data:___/___/____

2. Escolaridade:
   ( ) Ensino fundamental – 1º grau

   ( ) Ensino médio – 2º grau

   ( ) Ensino superior - graduação

   ( ) Pós-graduado

   ( ) Outro

3. Sexo:
   ( ) Masculino ( ) Feminino

4. Idade:
   ( ) 18 anos a 25 anos

   ( ) 26 anos a 50 anos

   ( ) 51 anos a 60 anos

   ( ) Mais que 60 anos

5. Existem ações voltadas para o apoio ao desenvolvimento do enoturismo atualmente? Quais?

   _____

6. O enoturismo pode ser importante para gerar desenvolvimento em Bituruna?
   ( ) sim ( )não

7. Atribua valores de 1 a 5 para cada elemento, de acordo com à ordem de importância que considerar ter cada fator para o enoturismo: (Sendo a nota 5 de maior relevância).

   ( ) Hotéis e pousadas ( ) Paisagens ( ) Vinícolas conhecidas

   ( ) Cultura ( ) Hospitalidade ( ) Bom atendimento

   ( ) Infraestrutura (estradas, água, comunicação)

8. A integração entre o poder público e o privado é muito importante para o desenvolvimento do turismo. Atribua notas de 1 a 5 para a atuação do poder público no desenvolvimento do turismo em sua cidade. Sendo a nota 5 de maior relevância.
   ( ) nota

9. Atribua notas de 1 a 5 para cada elemento, considerando-se a importância para atrair turistas em seu município (nota 5 de maior relevância).

   ( ) Vitivinicultura local

   ( ) Paisagens

   ( ) Cultura

   ( ) Divulgação e promoção turística

   ( ) Lazer e recreação

   ( ) Infraestrutura turística

APENDICE C
PESQUISA NO MUNICÍPIO DE BITURUNA

O questionário a seguir faz parte de uma pesquisa realizada por uma aluna do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Sua colaboração é importante para o sucesso desta pesquisa. Responda as questões abaixo, assinalando a alternativa mais adequada ao seu entendimento. As informações prestadas são sigilosas e destinam-se apenas aos fins científicos da pesquisa.

Entrevista com gestores privados: Meios de hospedagem, restaurantes, agências de turismo e lojas de artesanato.

1. Procedência:

Município: . . . . . UF: . . . . Data:

2. Escolaridade:
   ( ) Ensino fundamental – 1º grau

   ( ) Ensino médio – 2º grau

   ( ) Ensino superior - graduação

   ( ) Pós-graduado

   ( ) Outro

3. Sexo:
   ( ) Masculino ( ) Feminino

4. Idade:
   ( ) 18 anos a 25 anos

   ( ) 26 anos a 50 anos

   ( ) 51 anos a 60 anos

   ( ) Mais que 60 anos

5. Bituruna possui atrativos turísticos? Cite os atrativos que conhece.

   _____

6. Existem eventos (feiras, festas) que atraem pessoas de outros lugares para Bituruna? Cite-os.

_____

7. As vinícolas de Bituruna atraem visitantes para cidade?
( ) sim ( ) não

8. O enoturismo pode ser importante para gerar desenvolvimento em Bituruna?

( ) sim ( ) não

9. Atribua notas de 1 a 5 para cada elemento, considerando-se a importância para atrair turistas em seu município (nota 5 de maior relevância).

( ) Vitivinicultura local

( ) Paisagens

( ) Cultura

( ) Divulgação e promoção turística

( ) Lazer e recreação

( ) Infraestrutura turística

10. Para o comércio e as outras empresas de Bituruna, o enoturismo pode ser um fator de crescimento?
( ) Não importante ( ) Importante ( ) Muito importante

11. A integração entre o poder público e o privado é muito importante para o desenvolvimento do turismo. Atribua notas de 1 a 5 para a atuação do poder público no desenvolvimento do turismo em sua cidade. Sendo a nota 5 de maior relevância.
( ) nota

12. A empresa atende turistas? Qual é a quantidade de atendimentos ao mês?

( ) 0 a 10 ( ) 11 a 20 ( ) 21 a 30 ( ) 31 a 50

13. Que nota você daria, entre 1 a 5, para a participação do enoturismo nos lucros da sua empresa? A nota 5 é de maior relevância.
( ) nota

14. Atribua valores de 1 a 5 para cada elemento, de acordo com à ordem de importância que considerar ter cada elemento para o enoturismo: (Sendo a nota 5 de maior relevância).

( ) Hotéis e pousadas ( ) Paisagens ( ) Vinícolas conhecidas

( ) Cultura ( ) Hospitalidade ( ) Bom atendimento

( ) Infra-estrutura (estradas, água, comunicação)

APENDICE D

PESQUISA NO MUNICÍPIO DE BITURUNA

O questionário a seguir faz parte de uma pesquisa realizada por uma aluna do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Sua colaboração é importante para o sucesso desta pesquisa. Responda as questões abaixo, assinalando a alternativa mais adequada ao seu entendimento. As informações prestadas são sigilosas e destinam-se apenas aos fins científicos da pesquisa.

Entrevista com os representantes comunitários, presidentes das associações de bairro.

1. Procedência:

Município: . . . . . UF: . . . Data:

2. Escolaridade:
   ( ) Ensino fundamental – 1º grau

   ( ) Ensino médio – 2º grau

   ( ) Ensino superior - graduação

   ( ) Pós-graduado

   ( ) Outro

3. Sexo:
   ( ) Masculino ( ) Feminino

4. Idade:
   ( ) 18 anos a 25 anos

   ( ) 26 anos a 50 anos

   ( ) 51 anos a 60 anos

   ( ) Mais que 60 anos

5. Bituruna possui atrativos turísticos? Cite os atrativos que você conhece.
   _____

6. Existem eventos (feiras, festas) que atraem pessoas de outros lugares para Bituruna? Cite-os.
7. Na sua opinião, as vinícolas de Bituruna atraem pessoas interessadas em visitá-las?

   ( ) sim ( ) não

8. Assim como ocorre em outras regiões produtoras de vinho, onde ocorre grande movimentação de turistas, na sua opinião, Bituruna pode seguir o mesmo exemplo?
   ( ) sim ( ) não

9. A integração entre o poder público e o privado é muito importante para o desenvolvimento do turismo. Atribua notas de 1 a 5 para a atuação do poder público no desenvolvimento do turismo em sua cidade. Sendo a nota 5 para maior relevância.
   ( ) nota

10. Atribua notas de 1 a 5 para cada elemento, considerando-se a importância para atrair turistas em seu município (nota 5 de maior relevância).

    ( ) Vitivinicultura local

    ( ) Paisagens

    ( ) Cultura

    ( ) Divulgação e promoção turística

    ( ) Lazer e recreação

    ( ) Infraestrutura turística

APENDICE E

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu,_____ fui convidado(a) a participar voluntariamente da pesquisa "A vitivinicultura e o desenvolvimento do enoturismo de Bituruna – PR", sob a orientação da Profª. Drª. Rosane Maria Lanzer. Fui esclarecido(a) de que a pesquisa pretende contribuir com o desenvolvimento do turismo do vinho na região.

Além disso, fui informado(a) de que minha colaboração na pesquisa não resultará em qualquer remuneração ou benefício pessoal de qualquer outra ordem, os resultados advindos de minha participação poderão propiciar o desenvolvimento científico na área, sendo passível a publicação sem minha prévia autorização em textos acadêmicos (periódicos científicos, congressos e eventos similares). Nesse processo, fica garantido o sigilo absoluto de dados que possam identificar a mim e aos demais participantes. O procedimento de investigação que envolve minha participação consiste numa entrevista, de aproximadamente 30 minutos, a cujas questões terei integral liberdade de responder ou não. As questões compreendem aspectos relativos a concepção e percepção do desenvolvimento turístico no município de Bituruna, no Paraná.

Tenho ciência de que são mínimos os riscos de minha participação, como, por exemplo, eventuais desconfortos derivados de respostas às questões formuladas, podendo, contudo, optar por não responder, assim como por interromper a entrevista a qualquer tempo, se assim o desejar. Fui informado (a), igualmente, de que a conversa entre colaborador e pesquisador poderá ser gravada e/ou transcrita e que, após a utilização dos dados para o estudo, as gravações serão destruídas. Por fim, tenho clareza de que poderei ter acesso aos resultados da pesquisa, e que, em caso de dúvidas, poderei a qualquer momento consultar o pesquisador ou o coordenador responsável pela pesquisa, cujos dados para contato encontram-se neste Termo.

Declaro que o presente Termo foi lido por mim na sua totalidade, que estou suficientemente esclarecido(a) a respeito da pesquisa, e que não fui forçado (a) ou constrangido (a) a assiná-lo.

_____

Assinatura

_____

Local e data