

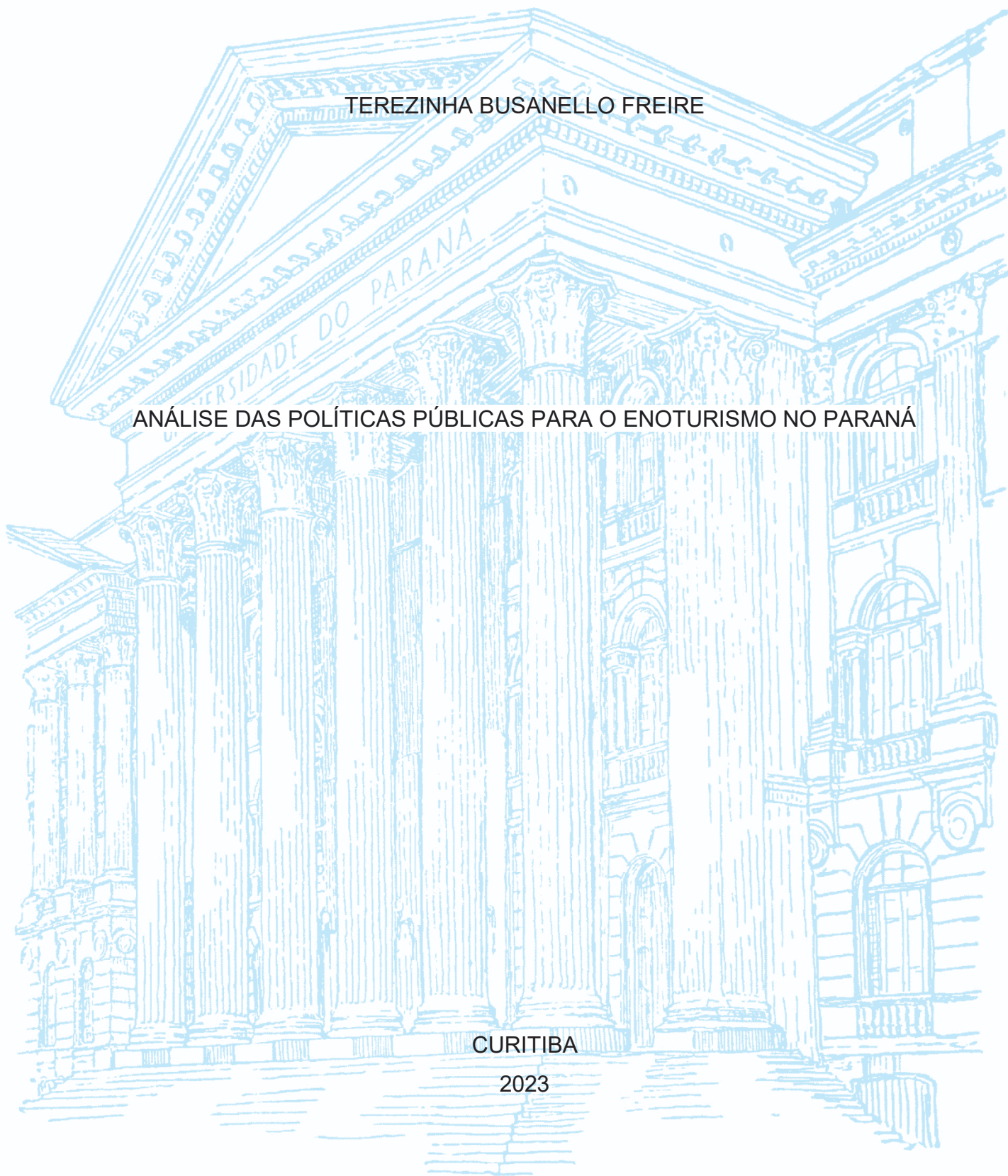
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

TEREZINHA BUSANELLO FREIRE

ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ

CURITIBA

2023



TEREZINHA BUSANELLO FREIRE

ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo, no setor de Ciências Humanas, na Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Turismo

Orientador: Prof. Dr. Vander Valduga

CURITIBA 2023

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DO CAMPUS REBOUÇAS

Freire, Terezinha Busanello.

Análise das políticas públicas para o enoturismo no Paraná /
Terezinha Busanello Freire – Curitiba, 2023.

1 recurso on-line : PDF.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná,
Setor de Ciência Humanas. Programa de Pós-Graduação em
Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Vander Valduga

1. Turismo – Estudo e ensino. 2. Enoturismo – Paraná. 3.
Vinícolas – Paraná. 4. Vinho. 5. Turismo – Aspectos políticos. I.
Valduga, Vander. II. Universidade Federal do Paraná. Programa de
Pós-Graduação em Turismo. III. Título.

Bibliotecária: Maria Teresa Alves Gonzati CRB-9/1584



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO TURISMO -
40001016079P9

ATA Nº15.23

**ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO
GRAU DE MESTRA EM TURISMO**

No dia trinta e um de outubro de dois mil e vinte e três às 13:00 horas, na sala 308, Campus Rebouças - UFPR e parcialmente remota, foram instaladas as atividades pertinentes ao rito de defesa de dissertação da mestranda **TEREZINHA BUSANELLO FREIRE**, intitulada: **ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ**, sob orientação do Prof. Dr. VANDER VALDUGA. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: VANDER VALDUGA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), SARAH MARRONI MINASI (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), JOSEFINA OLIVIA MARQUES GODINHO SALVADO (UNIVERSIDADE DE COIMBRA, PORTUGAL). A presidência iniciou os ritos definidos pelo Colegiado do Programa e, após exarados os pareceres dos membros do comitê examinador e da respectiva contra argumentação, ocorreu a leitura do parecer final da banca examinadora, que decidiu pela APROVAÇÃO. Este resultado deverá ser homologado pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais definidos pelo programa. A outorga de título de mestra está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, VANDER VALDUGA, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

Observações: Aprovada com louvor!

Curitiba, 31 de Outubro de 2023.

Assinatura Eletrônica

08/11/2023 09:58:46.0

VANDER VALDUGA

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

10/11/2023 08:33:14.0

SARAH MARRONI MINASI

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

09/11/2023 12:25:35.0

JOSEFINA OLIVIA MARQUES GODINHO SALVADO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE COIMBRA, PORTUGAL)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO TURISMO -
40001015079P9

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **TEREZINHA BUSANELLO FREIRE** intitulada: **ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ**, sob orientação do Prof. Dr. VANDER VALDUGA, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua **APROVAÇÃO** no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 31 de Outubro de 2023.

Assinatura Eletrônica

08/11/2023 09:58:46.0

VANDER VALDUGA

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

10/11/2023 08:33:14.0

SARAH MARRONI MINASI

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

09/11/2023 12:25:35.0

JOSEFINA OLÍVIA MARQUES GODINHO SALVADO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE COIMBRA, PORTUGAL)

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER (IDR-Paraná) pela liberação parcial do horário de trabalho, o que possibilitou a minha participação no mestrado.

Ao meu orientador, o professor Dr. Vander Valduga, por ter me orientado nesse tema complexo, mas igualmente apaixonante. Agradeço o incentivo, confiança, apoio, paciência e principalmente pelos ensinamentos que me oportunizou durante essa trajetória.

A minha família, em especial ao meu marido Claudemir e meu filho Arthur, pelo apoio incondicional, pela paciência e compreensão nos momentos de ausência.

Ao meu pai e minha mãe (in memoriam) que me ensinaram as primeiras lições sobre fazer vinhos e a arte de promover alegrias, encontros, “vizinhar” e tornar a “noite do vinho doce” tão especial em nossa infância.

A minha amiga Dra. Celita Salmaso Trelha, pelo apoio na estruturação do projeto inicial, pois sem isso não teria conseguido.

Agradeço à banca, composta pelo orientador Dr. Vander Valduga (UFPR), Dra. Sarah Marroni Minasi (UFPR) e Dra. Josefina Salvado (Universidade de Coimbra - Portugal), pelas valiosas contribuições à pesquisa.

Aos vitivinicultores, gestores e técnicos municipais de turismo e de agricultura pela participação na pesquisa de campo, que possibilitou avaliar os efeitos das políticas públicas para o enoturismo no Paraná.

Ao Secretário Estadual da Agricultura e do Abastecimento do Paraná, Norberto Anacleto Ortigara, por contribuir na análise das políticas de agricultura.

Ao colega e amigo José Humberto Soares pelas incansáveis discussões e contribuições textuais.

A Deise Maria Fernandes Bezerra, que (talvez sem perceber) me mostrou caminhos para o mestrado.

Agradeço a todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFPR pelas discussões e ensinamentos.

Agradeço ainda aos colegas e amigos que ao longo dessa trajetória foram me encorajando e facilitando meu dia a dia.

Um brinde à saúde de todos os vitivinicultores e apreciadores dos vinhos paranaenses.

*Dedico este trabalho a minha mãe Nilse Busanello.
Para você, mãe, grande e fantástica mulher de quem eu tive o privilégio de ser filha.
Você que me ensinou a ser forte, a lutar pelos meus sonhos e projetos, a não
desistir diante dos obstáculos. Você que lutou brava e incansavelmente pela vida.
Você que me deu as primeiras lições sobre a arte de fazer vinhos, sobre o amor pela
terra, sobre como extrair da uva e do vinho toda doçura que alimentava nossas
vidas.
Seu amor continua a acalantar nossos corações.*

*O que é bonito neste mundo, e anima, é ver que na vindima de cada sonho fica a
cepa a sonhar outra aventura. E que a doçura que não se prova se transfigura
noutra doçura muito mais pura e muito mais nova.*

(Miguel Torga)

RESUMO

O desenvolvimento da vitivinicultura no Paraná relaciona-se com a oferta do enoturismo nas regiões produtoras do estado. Há carência de estudos sobre o tema e a presente pesquisa contribui para, à medida que avalia como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. A pesquisa contribui para a avaliação do contexto, considerando as perspectivas de desenvolvimento econômico e social para as regiões produtoras. O recorte temporal concentrou-se nas políticas públicas efetivadas após a criação do Ministério do Turismo em 2003. Seu universo englobou as principais regiões vitícolas do Paraná, sendo: Região Metropolitana de Curitiba (Campo Largo, São José dos Pinhais, Quatro Barras, Colombo, Balsa Nova, Piraquara e Rio Negro), Região Sudoeste (Mariópolis e Francisco Beltrão), Região Oeste (Toledo e Palotina), Região Centro Sul (Bituruna), Região Norte (Apucarana e Bandeirantes). Como critério de seleção estabeleceu-se ter oferta de serviços de enoturismo. O objetivo do estudo foi a análise dos programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e enoturismo no território paranaense. Especificamente, descreveu-se as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas à vitivinicultura e ao enoturismo, identificou-se os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo e analisou-se os programas e políticas públicas identificadas sob a perspectiva dos vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo. Metodologicamente, o estudo é qualitativo, com pesquisa documental e de campo. Os resultados apontaram que existem programas e políticas públicas direcionadas à vitivinicultura e ao enoturismo, com destaque para o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS) e o Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Os dados coletados identificaram 17 vinícolas com serviços de enoturismo e demonstraram a necessidade de fortalecer a governança de turismo, além de melhorar a sinergia entre os atores envolvidos para celeridade das ações de fortalecimento do enoturismo. O fomento para formação de novos vinhedos via Programa REVITIS, associado a outras ações estruturantes, pode impulsionar a oferta enoturística no Paraná.

Palavras-Chave: vitivinicultura; enoturismo; vinícolas; políticas públicas; Paraná.

ABSTRACT

The development of wine growing in Paraná is related to the offer of wine tourism in the state's producing regions. There is a lack of studies on the topic and this research contributes to this, as it evaluates how existing programs and public policies encourage the development of wine tourism in Paraná. The research contributes to the assessment of the context, considering the prospects for economic and social development for the producing regions. The time frame focused on public policies implemented after the creation of the Ministry of Tourism in 2003. Its universe encompassed the main wine-growing regions of Paraná, being: Metropolitan Region of Curitiba (Campo Largo, São José dos Pinhais, Quatro Barras, Colombo, Balsa Nova, Piraquara and Rio Negro), Southwest Region (Mariópolis and Francisco Beltrão), West Region (Toledo and Palotina), Central South Region (Bituruna), North Region (Apucarana and Bandeirantes). As a selection criterion, it was established to offer wine tourism services. The objective of the study was to analyze public government incentive programs and policies for structuring wine growing and wine tourism in the territory of Paraná. Specifically, public policies at the federal and state level related to wine growing and wine tourism were described, existing public programs and policies for the development of wine growing and wine tourism were identified, and the public programs and policies identified were analyzed from the perspective of wine growers, technicians and municipal managers of agriculture and tourism. Methodologically, the study is qualitative, with documentary and field research. The results showed that there are programs and public policies aimed at wine growing and wine tourism, with emphasis on the Paraná Viticulture Revitalization Program (REVITIS) and the Rural Ruralization Program (PRT). The data collected identified 17 wineries with wine tourism services and demonstrated the need to strengthen tourism governance, in addition to improving synergy between the actors involved to speed up actions to strengthen wine tourism. Promoting the formation of new vineyards via the REVITIS Program, associated with other structuring actions, can boost the wine tourism offer in Paraná.

Keywords: viticulture; wine tourism; wineries; public policy; Paraná.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - REGIÕES VITÍCOLAS PARANAENSES.....	19
FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DA ÁREA DE VINHEDOS 2000-2022.	22
FIGURA 3 - EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO MUNDIAL DE VINHO 2000 - 2022.....	23
FIGURA 4- CONDIÇÕES MACROCLIMÁTICAS DA GEOGRAFIA VITIVINÍCOLA BRASILEIRA.	26
FIGURA 5 - PRINCIPAIS POLOS VITIVINÍCOLAS DO BRASIL.	28
FIGURA 6- INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IG) DE VINHO NO BRASIL.	32
FIGURA 7- RENDA BRUTA MÉDIA POR HECTARE.....	36
FIGURA 8- ELEMENTOS DA PAISAGEM, PATRIMÔNIO E ENOTURISMO.	47
FIGURA 9- CARACTERÍSTICAS CRÍTICAS DA EXPERIÊNCIA DO ENOTURISMO NA PERSPECTIVA DO CONSUMIDOR	49
FIGURA 10- - MODELO SISTÊMICO COMPLEXO DO TURISMO.	51
FIGURA 11- CONJUNTO DAS RELAÇÕES ECOSISTÊMICAS NO ENOTURISMO.	52
FIGURA 12- - MODELO ECOSISTÊMICO DO TURISMO.....	53
FIGURA 13- O SISTEMA DO ENOTURISMO.	54
FIGURA 14- PILARES DO ECOSISTEMA DO ENOTURISMO	56
FIGURA 15- MODELO DE COOPETIÇÃO ENOTURÍSTICA	57
FIGURA 16- ENQUADRAMENTO DO SISTEMA GLOBAL DE ENOTURISMO	58
FIGURA 17- FESTIVAL VINOPAR DO VINHO PARANAENSE	63
FIGURA 18- MAPA TEMÁTICO DO ENOTURISMO PARANAENSE.....	64
FIGURA 19- VITIVINICULTURA SUSTENTÁVEL.....	67
FIGURA 20- A LÓGICA INPUT-OUTPUT NAS POLÍTICAS PÚBLICAS (DAVID EASTON).....	71
FIGURA 21- ESTRUTURA ELEMENTAR	75
FIGURA 22- VINCULAÇÃO INSTITUCIONAL E MARCOS DA INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL NO TURISMO.....	77
FIGURA 23- MARCOS DA INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL NO TURISMO DE 2003 A 2022 ...	78
FIGURA 24- DESENHO DA PESQUISA.....	93
FIGURA 25- MODELO RACIONAL-ABRANGENTE DE PLANEJAMENTO/GESTÃO	94
FIGURA 26- LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	96
FIGURA 27- RELAÇÃO DE VINÍCOLAS COM SERVIÇOS DE ENOTURISMO NO PARANÁ	100
FIGURA 28- IDENTIFICAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	101
FIGURA 29- LOGOMARCA DO REVITIS	105
FIGURA 30- EIXOS DE ATUAÇÃO REVITIS	106

FIGURA 31- REGIÕES TURÍSTICAS DO PARANÁ	116
FIGURA 32- MUNICÍPIOS CATEGORIZADOS NO PARANÁ	117
FIGURA 33- PRINCIPAIS AÇÕES REALIZADAS PELO PODER PÚBLICO	127
FIGURA 34- PRINCIPAIS ASSOCIAÇÕES DE VITIVINICULTORES DO PARANÁ	128
FIGURA 35- AÇÕES QUE O PODER PÚBLICO DEVE REALIZAR	129

LISTA DE FOTOGRAFIAS

FOTO 1- – METODOLOGIA TREINO & VISITA	106
FOTO 2- EVENTOS DE DEGUSTAÇÃO GUIADA E DIVULGAÇÃO DOS ROTEIROS DE VINHOS DO PARANÁ.....	107

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- - ÁREA PLANTADA COM VIDEIRAS (HECTARES).....	24
QUADRO 2- PRODUÇÃO (T) DE UVAS POR REGIÃO E ESTADOS DO BRASIL	26
QUADRO 3- EVOLUÇÃO DA ÁREA PLANTADA DE UVA NO ESTADO DO PARANÁ, SEGUNDO A FINALIDADE, NO PERÍODO DE 2012 A 2021.....	32
QUADRO 4- PARTICIPAÇÃO RELATIVA DA UVA DE MESA E DA UVA PARA VINHOS, SOBRE O TOTAL DE ÁREA PLANTADA COM UVA NO ESTADO DO PARANÁ, NO PERÍODO DE 2012 A 2021.....	33
QUADRO 5- COMPARATIVO ENTRE ATIVIDADES AGRÍCOLAS DE CARLÓPOLIS-PR.....	35
QUADRO 6- RENDIMENTO MÉDIO, POR ANO DA SAFRA E PRODUTO DAS LAVOURAS	35
QUADRO 7- EXPRESSÕES DO ENOTURISMO NO BRASIL.....	58
QUADRO 8- MODELO DESCRITIVO OPERACIONAL PARA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS	71
QUADRO 9- ESTRUTURA DA GESTÃO COMPARTILHADA.....	83
QUADRO 10- PESQUISA BIBLIOGRÁFICA - TEMAS E PRINCIPAIS AUTORES	95
QUADRO 11- PESQUISA DOCUMENTAL	97
QUADRO 12- DENOMINAÇÃO DOS RESPONDENTES DA PESQUISA	100
QUADRO 13- PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS RESPONDENTES.....	116
QUADRO 14-PROCEDÊNCIA DA UVA ADQUIRIDA PARA FINS DE PROCESSAMENTO.....	118
QUADRO 15- PRODUÇÃO ANUAL DE VINHO	118
QUADRO 16- TEMPO DE ATUAÇÃO COM ATIVIDADES DE ENOTURISMO.....	118

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- NÚMERO DE PUBLICAÇÕES EM ENOTURISMO 2001-2021	41
GRÁFICO 2- PROFISSÃO E/OU CARGO NA VINÍCOLA	117
GRÁFICO 3- NÚMERO DE VISITANTES ANUALMENTE	120
GRÁFICO 4- DEMONSTRATIVO INFRAESTRUTURA TURÍSTICA.....	121
GRÁFICO 5- AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DO PODER PÚBLICO PARA O ENOTURISMO	123
GRÁFICO 6- CONHECER O PRT E O REVITIS	124
GRÁFICO 7- PROFISSÕES OU CARGAS DOS GESTORES E TÉCNICOS DE AGRICULTURA E TURISMO.....	128
GRÁFICO 8- CONHECER OS PROGRAMAS DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO - PRT E O REVITIS.....	131

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- PROCESSAMENTO DE UVAS DE VINÍCOLAS PARANAENSES EM 2019.....	33
TABELA 2- PRINCIPAIS DEFINIÇÕES CITADAS NA LITERATURA.....	38

ABREVIATURAS E SIGLAS

APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
APROVIN – Associação Nacional de Produtores de Vinhos de Inverno
AREV – Assembleia das Regiões Vitícolas Europeias
ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural
BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CBO - Classificação Brasileira de Ocupações
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COMBRATUR – Companhia Brasileira de Turismo
CPF – Cadastro de Pessoa Física
DAP – Declaração de Aptidão ao Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar
DERAL – Departamento de Economia Rural
DO – Denominação de Origem
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa
EMBRATUR - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EUA – Estados Unidos da América
FINAM – Fundo de Incentivo do Amazonas
FISSET – Fundo de Investimentos Setoriais
FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo
FUNOR – Fundo de Incentivo do Nordeste
HA – Hectare
IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
IDR-PARANÁ – Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER
IG – Indicação Geográfica
IGRs – Instâncias de Governança Regional
INSS – Instituto Nacional de Seguro Social
MICT – Ministério da Indústria Comércio e Turismo do Brasil
MTUR – Ministério do Turismo do Brasil
MTV – Movimento Turismo do Vinho
OMT – Organização Mundial do Turismo
PI – Produção Integrada
PLANTUR – Plano Nacional de Turismo
PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PNT – Política Nacional de Turismo
POP – Procedimento Operacional Padrão
PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PRT – Programa de Regionalização do Turismo
REVITIS – Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense
RINTUR – Relatório de Informações Turísticas
SEAB – Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná
SIPEAGRO – Sistema Integrado de Produtos e Estabelecimentos Agropecuários
TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação
TV – Metodologia Treino e Visita
UR – Unidade de Referência
UTV – Unidade de Teste e Validação
UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura
VINOPAR – Associação dos Vitivinicultores do Paraná
VSF – Vale do São Francisco
ZOPP – Zielorientiert Projectplamung

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	17
2 O DESENVOLVIMENTO DA VITIVINICULTURA E O ENOTURISMO.....	21
2.1 A Vitivinicultura no contexto mundial.....	21
2.2 A vitivinicultura brasileira.....	23
2.3 A Vitivinicultura no Paraná.....	33
2.4. Conceitos e definições de enoturismo.....	38
2.5 Enoturismo: a cultura do vinho e o turismo.....	42
2.6 Enoturismo no Brasil.....	59
2.7 Enoturismo no Paraná.....	62
2.8 Desafios e tendências na evolução do enoturismo.....	66
3 POLÍTICAS PÚBLICAS E O TURISMO.....	69
3.1 Políticas Públicas: origem, conceitos e efetividade.....	69
3.2 Políticas públicas de turismo no Brasil.....	76
3.2.1 A governança do turismo como um processo de política pública.....	79
3.2.2 Plano Nacional de Municipalização do Turismo.....	81
3.2.3 Programa de Regionalização do Turismo - PRT.....	83
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	92
4.1 Caracterização da pesquisa.....	92
4.1.1 Pesquisa bibliográfica.....	95
4.1.2 Pesquisa documental.....	98
4.2 Entrevistas.....	99
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	104
5.1. Programas destinados ao fortalecimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná.....	104
5.1.1 Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense - REVITIS.....	104
5.1.2 Legislação do vinho colonial e Sucos de Uva.....	110
5.1.3 Banco do Agricultor Paranaense.....	112
5.1.4 Programa de Regionalização do Turismo - Paraná.....	114
5.2 Apresentação dos resultados das entrevistas.....	117
5.2.1 Entrevista com vinícolas.....	118

5.2.2 Entrevista com os gestores e técnicos de agricultura e turismo	130
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	138
REFERÊNCIAS.....	142
APÊNDICES.....	153

INTRODUÇÃO

A vitivinicultura tem conquistado notoriedade quanto à qualidade de seus produtos e valor econômico quanto à cadeia produtiva. Na esteira dessa notoriedade, encontra-se o enoturismo, que conquista cada vez mais importância em diversos países produtores, gerando incrementos tanto na base da produção vitícola quanto na cadeia produtiva do turismo.

Apesar do pequeno decréscimo na dimensão da superfície ocupada com vinhedos em 2022, o panorama mundial mantém-se relativamente estável desde 2017. Essa estabilidade na área plantada, segundo a OIV (2023), ocorre devido às tendências opostas observadas em três grandes blocos de países. Enquanto países como a Moldávia, a Turquia, a Espanha, a Argentina e os EUA reduziram a área vitivinícola, a França, juntamente com outros grandes vinhedos como a Índia, a Rússia e o Brasil, registaram aumento na sua área plantada e os demais principais países vitivinícolas, como a China, Itália, Chile e Austrália, registam áreas estáveis, sem alterações significativas em relação a 2021. Estas tendências opostas equilibraram assim os seus efeitos a nível mundial.

Os três principais vinhedos estão concentrados na Espanha (964 mil hectares), França (798 mil hectares) e China (783 mil hectares). As dez maiores vinhas representaram dois terços do total mundial em 2021 (OIV, 2022).

No Brasil, a área plantada com videiras em fevereiro de 2023 foi de 75.537 hectares, 2,37% superior à de 2020. A Região Sul, maior produtora de uvas, representou em média 73% da área total nos últimos 4 anos, liderada por Rio Grande do Sul, principal estado produtor, com 62,15% da área vitícola nacional, o que corresponde a 46.952 hectares neste último ano. O Paraná apresentou uma área de 4.000 hectares, seguido por Santa Catarina com uma área de 3.849 hectares. Os três estados do Sul apresentaram estabilidade na área cultivada entre 2020 e 2023, sofrendo pequenas variações entre um ano e outro (IBGE, 2023).

Quanto à produção de uvas em toneladas (t) no território nacional, o crescimento foi de 13,21% nos últimos quatro anos (IBGE, 2023). A Associação dos Vitivinicultores do Paraná – VINOPAR – identificou que 97,86% da demanda de matéria-prima para sucos e vinhos coloniais e 84% das uvas vitiviníferas para vinhos finos processados no Paraná têm origem do Rio Grande do Sul. Também apresentou

projeção de crescimento até 2024 de 57% no processamento de uva para sucos e vinhos coloniais e de 342% para uvas de vinhos finos (VINOPAR, 2019). Os dados refletem a necessidade de criar estratégias e políticas públicas que promovam a cadeia produtiva da uva no Paraná, fortalecendo assim o setor produtivo, agroindustrial e turístico nas diferentes regiões do estado (PARANÁ, 2020).

Diante desse panorama e motivada pelo interesse profissional da pesquisadora no exercício da coordenação estadual do Programa de Turismo Rural do IDR-Paraná, a pesquisa partiu da seguinte questão: Como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná? Teve, portanto, o objetivo de analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e enoturismo no território paranaense. Especificamente, objetivou-se: a) Descrever as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas à vitivinicultura e ao enoturismo; b) Identificar os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná; c) Analisar as ações dos programas e políticas públicas sobre a vitivinicultura e enoturismo no Paraná sob as perspectivas de vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo.

Para Secchi (2017), uma política pública é uma diretriz para enfrentar um problema público. As políticas públicas são consideradas como um campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" ou analisar essa ação e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações para produzir resultados ou mudanças no mundo real (Souza, 2006).

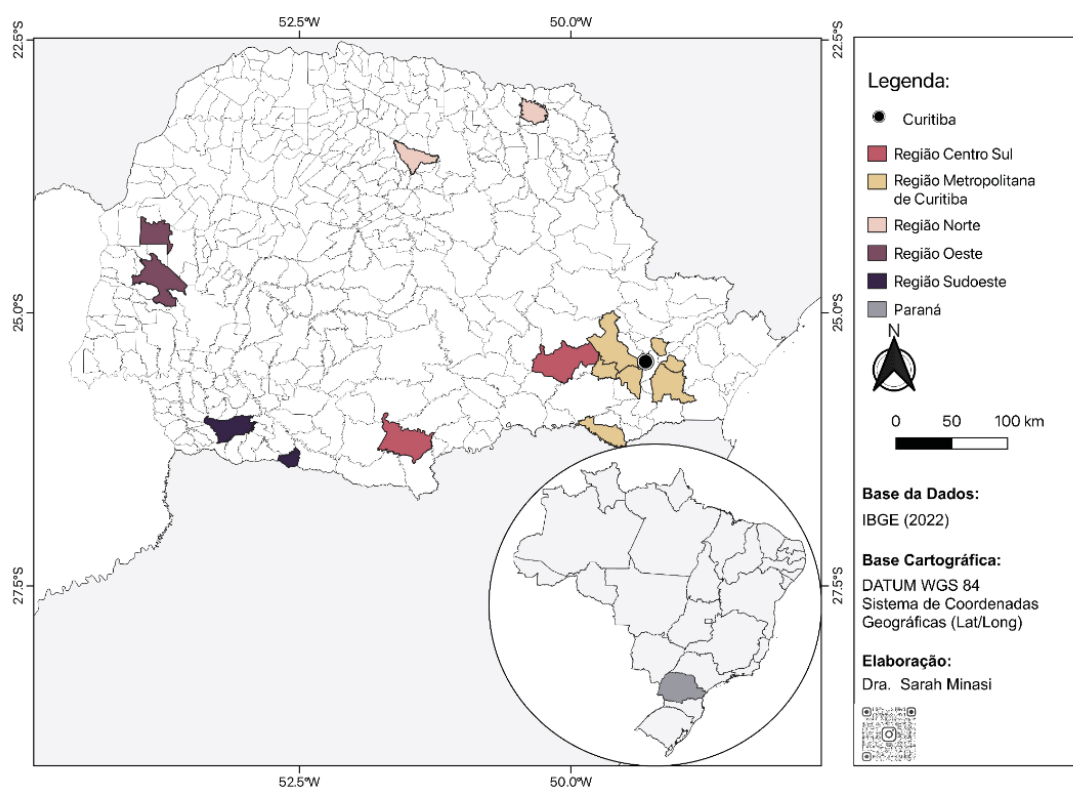
Para analisar as políticas públicas no âmbito do enoturismo no Paraná e responder à problemática da pesquisa, optou-se por uma abordagem qualitativa, descritiva e avaliativa. O método qualitativo de pesquisa é descrito por Minayo (2013) como aquele que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais. Já a pesquisa avaliativa, segundo Veal (2011), surge da necessidade de julgar o sucesso ou a eficácia de políticas ou programas, e considera os diferentes níveis de detalhamento, complexidade e formalidade entre políticas e planos.

O recorte temporal concentrou-se nas políticas públicas efetivadas após a criação do Ministério do Turismo no Brasil em 2003. A investigação contou com pesquisa bibliográfica em bases de dados Periódicos Capes e Web of Science, análise

documental sobre os programas governamentais relacionados ao enoturismo no Paraná, entrevistas semiestruturadas com representantes de vinícolas com atuação no segmento de enoturismo e com técnicos e gestores públicos municipais de agricultura e turismo.

A base territorial foram as principais regiões vitícolas do Paraná (Figura 1): Região Metropolitana de Curitiba (Balsa Nova, Campo Largo, Colombo, Quatro Barras, Piraquara, Rio Negro e São José dos Pinhais), Região Sudoeste (Mariópolis e Francisco Beltrão), Região Oeste (Toledo e Palotina), Região Centro Sul (Bituruna), Região Norte (Apucarana e Bandeirantes).

Figura 1 - Regiões vitícolas paranaenses



Fonte: Minasi (2022)

As vinícolas selecionadas foram as com serviços de enoturismo identificadas a partir do trabalho executado na coordenação do Programa de Turismo Rural do IDR-Paraná pela pesquisadora, de documentos internos de divulgação da VINOPAR, SEAB e IDR- Paraná.

No primeiro capítulo estão os aspectos introdutórios, nos quais se buscou justificar e contextualizar a escolha do tema, da abordagem teórica e da delimitação

da pesquisa, seguidos da exposição da problemática e dos objetivos estabelecidos para a investigação, finalizando com a estrutura da dissertação.

O segundo e o terceiro capítulo apresentam a fundamentação teórica disposta em dois grandes temas: enoturismo e políticas públicas. O segundo capítulo aborda as questões relacionadas ao desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo, a trajetória evolutiva, desafios, tendências, a importância da paisagem para o território vitícola, o cenário brasileiro e paranaense de enoturismo e suas implicações na atividade turística.

O terceiro capítulo trata dos conceitos e da origem das políticas públicas, da efetividade para o segmento de turismo e culmina nas políticas para o segmento do enoturismo. Também identifica as diretrizes no âmbito da Política Nacional de Turismo (PNT) e os principais elementos que norteiam as leis, decretos e planos de turismo.

O quarto capítulo dedica-se a apresentar os elementos que fundamentam as escolhas e os procedimentos metodológicos da pesquisa, identificando os instrumentos de coleta de informações utilizados, bem como o processo de investigação. Por fim, são detalhados os procedimentos relativos à sistematização, tratamento e análise das informações, na busca por alcançar os objetivos propostos e encontrar as respostas para as questões formuladas.

O quinto capítulo expõe os resultados identificados no âmbito das políticas para o desenvolvimento do enoturismo, os principais programas existentes na esfera federal e estadual, bem como o resultado das entrevistas com as percepções dos vitivinicultores, técnicos e gestores de agricultura e turismo.

E por fim, o sexto capítulo traz as considerações finais sobre a pesquisa, seus principais resultados, limitações, implicações e possibilidades para estudos futuros.

2 O DESENVOLVIMENTO DA VITIVINICULTURA E O ENOTURISMO

2.1 A Vitivinicultura no contexto mundial

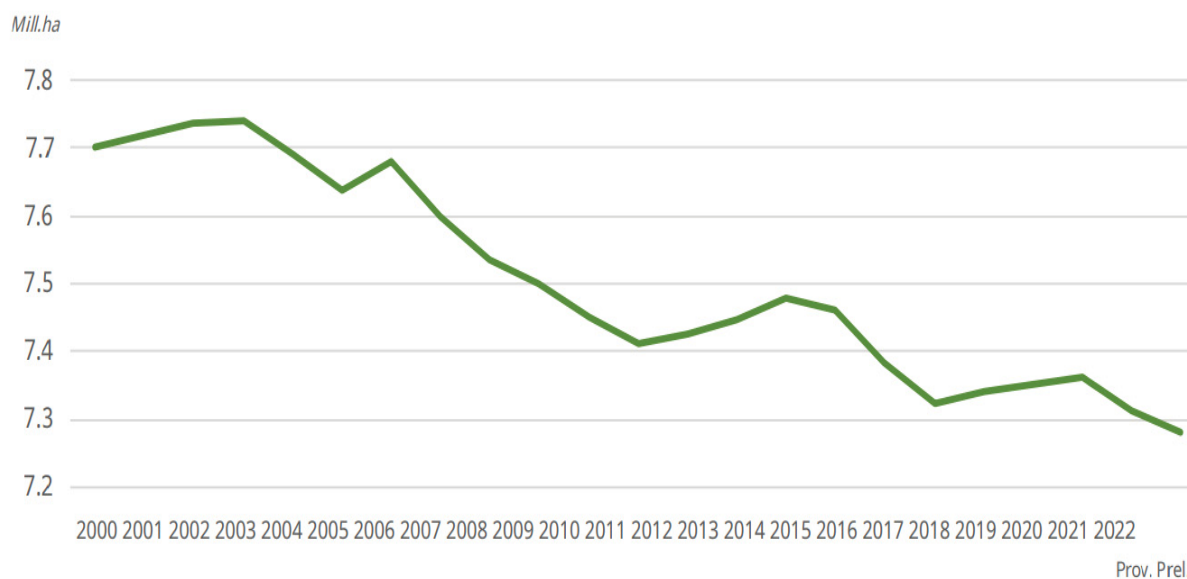
Buscas arqueológicas evidenciaram que a videira é uma cultura milenar (HOFF et al., 2018), e seu cultivo teve início na era neolítica (6.000 a 5.000 a.C.) ao longo da costa leste do Mar Negro, em uma região conhecida como Transcaucásia, na Ásia Menor (MULLINS et al., 1992 apud PEREIRA et al., 2020 p. 7).

Os registros sobre a produção de vinhos no mundo, segundo Pereira et al. (2020), são seculares. Destaca-se que a tradição da viticultura, a mitologia do vinho e sua vinculação com o cristianismo favoreceram a difusão mundial do cultivo da videira, sendo que a Europa concentra os principais países produtores que compõem o “Velho Mundo” do vinho e que posteriormente influenciaram outros países como Estados Unidos, Chile, Argentina, Uruguai, África do Sul, Austrália, Nova Zelândia e Brasil, nominados como “Novo Mundo” vitivinícola (PEREIRA et al., 2020).

Segundo relatório da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), a dimensão da superfície mundial ocupada com vinhedos em 2022 foi de 7,3 milhões de hectares, registrando um pequeno decréscimo de (-0,4%) comparada com 2021. Os dados consideram o total de vinhas para todas as utilizações (vinho e sumo de uva, uvas de mesa e passas), incluindo vinhas jovens ainda não em produção (OIV, 2023).

Todavia, o panorama mundial mantém-se relativamente estável desde 2017 (Figura 2) que trata da evolução da área de vinha no período 2000 a 2022.

Figura 2 - Evolução da área de vinhedos 2000-2022.



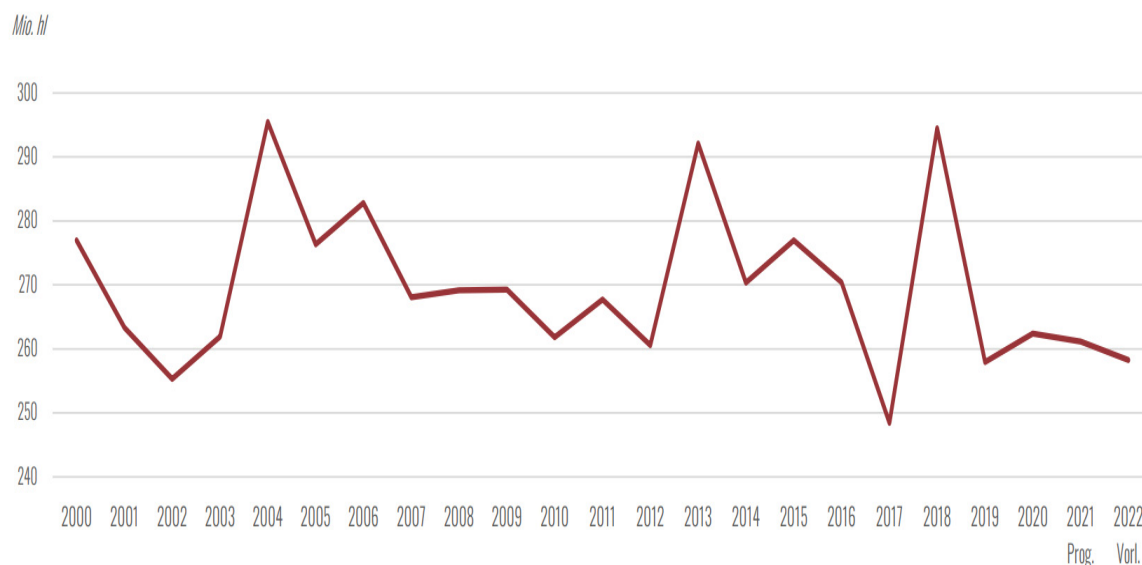
Fonte: OIV, (2023)

Para a OIV, especificamente em 2022 foram observadas tendências opostas em três grandes blocos de países. Enquanto países como Moldávia, Turquia, Espanha, Argentina e Estados Unidos reduziram a área total de vinhedos, a França, juntamente com outros grandes produtores, como a Índia, a Rússia e o Brasil, registraram um aumento da sua área total de vinhedos. Os demais grandes países produtores de vinho, como a China, Itália, Chile e Austrália, registraram áreas estáveis, sem alterações significativas, quando se compara com 2021. Estas tendências opostas equilibram assim os seus efeitos em nível global (OIV, 2023).

A produção mundial de vinhos em 2022 (excluindo sumos e mostos) foi de 258 milhões de hectolitros (Mhl), o que representa uma ligeira diminuição de quase 3 Mhl (-1%) em relação a 2021. Em termos gerais, em 2022 houve um certo equilíbrio na produção nos diferentes continentes. Enquanto alguns blocos de países sofreram com a redução da produção em virtude do clima, outros se beneficiaram, conseguindo ampliar sua produção, como foi o caso da Alemanha, que teve um aumento de 6% face a 2021, devido à estação quente e seca em períodos estratégicos que foram benéficos para o desenvolvimento dos vinhedos (OIV, 2023).

A produção mundial de vinho permanece estável em cerca de 260 Mhl pelo quarto ano consecutivo, apenas ligeiramente abaixo da média de 20 anos (Figura 3).

Figura 3 - Evolução da produção mundial de vinho 2000 - 2022.



Fonte: OIV, (2023)

Na América do Sul, a produção de vinho diminuiu em relação a 2021 na maioria dos grandes países produtores. O Chile foi o maior produtor da América do Sul em 2022, com pico de produção de vinho em 12,4 milhões de hl, 7% abaixo da produção excepcionalmente alta do ano anterior (mas 7% acima da média dos últimos cinco anos). Já a Argentina registou um decréscimo em sua produção de vinho, atingindo 11,5 Mhl, representando uma queda de 8% em relação a 2021 e de 9% em relação à média dos últimos cinco anos. O Brasil registou um aumento da sua produção de vinho em 2022, com 3,2 Mhl, 9% maior face a 2021 e 14% maior que a média dos últimos cinco anos (OIV, 2023).

2.2 A vitivinicultura brasileira

No Brasil, o marco inicial da vitivinicultura ocorreu no século XVI, com os portugueses que trouxeram videiras europeias. O primeiro cultivo foi realizado em terras paulistas, por Brás Cubas (VALDUGA, 2007), porém, devido às condições de clima e solo na região, a cultura não se adaptou (CABRAL, 2004 apud FILLUS, 2021). Várias tentativas de cultivo foram realizadas em diferentes regiões, entretanto somente no Rio Grande do Sul ocorreu melhor adaptação das videiras (FILLUS, 2021).

Além disso, a instauração das Missões Jesuítas¹ na região sul auxiliou o desenvolvimento da vitivinicultura. Entretanto, não se criou uma identidade produtiva com a população (CORDEIRO, 2006 apud FILLUS, 2021). Foi somente a partir de 1870, com a chegada dos imigrantes italianos, que a cultura vitivinícola começou a prosperar. A partir do século XX, ela ganhou um caráter comercial, inicialmente na região Sul do Brasil, depois se expandiu para diferentes regiões e em diferentes condições de clima e solo (PEREIRA et al., 2020).

A base inicial para o desenvolvimento da vitivinicultura brasileira foram as videiras de origem americana (*Vitis labrusca*). A produção das castas europeias (*Vitis vinifera*), por ter um sistema radicular sensível à ação do inseto que causa a filoxera² (*Daktulosphaira vitifoliae*) (CAPEL, 2008), não teve expressão significativa devido às perdas causadas pela incidência da doença. Entretanto, com o surgimento da propagação por via vegetativa pela técnica de enxertia, que consiste no cruzamento de *Vitis labrusca* com a videira europeia *Vitis vinifera*, segundo Santiago (2018), uvas autóctones ganharam destaque em diferentes países. Para tanto, a técnica de enxertia passou a ser utilizada em escala mundial, e associada ao avanço das pesquisas e ao uso de novas tecnologias, permitiu potencializar a produção.

Para Pereira et al. (2020),

Os avanços da pesquisa agrícola nos campos do melhoramento genético, nutrição, fitopatologia, fitotecnia, ecofisiologia, fisiologia vegetal e enologia, bem como a competência e criatividade do vitivicultor, têm possibilitado o desenvolvimento de novas regiões vitivinícolas no Brasil, adaptando e utilizando, para cada região, diferentes porta-enxertos, variedades e seus clones, densidades de plantio, sistemas de condução, orientações do vinhedo, tipos de irrigação e nutrição mineral, controles de pragas e doenças, uso de fitorreguladores de crescimento, tipos de poda e carga de gemas, obtendo produtividades por hectare das mais variadas (em função dos tipos de vinhos elaborados), bem como definição da data ideal de colheita (PEREIRA et al., 2020, p. 9).

1. As Missões Jesuíticas Guaranis, como um sistema de bens culturais transfronteiriços envolvendo o Brasil e a Argentina, compõem-se de um conjunto de cinco sítios arqueológicos remanescentes dos povoados implantados em território originalmente ocupado por indígenas, durante o processo de evangelização promovido pela Companhia de Jesus nas colônias da coroa espanhola na América, durante os séculos XVII e XVIII (IPHAN).

2 É um inseto sugador que apresenta formas que diferem entre si, dependendo da época do ano. Nem todas as fases e formas do ciclo de vida ocorrem em determinadas regiões, visto que as etapas do ciclo estão associadas as condições de clima e suscetibilidade de hospedeiros. Ataca folhas e raízes (Embrapa).

No Brasil, a área plantada com videiras em fevereiro de 2023 foi de 75.537 hectares, 2,37% superior à verificada no ano de 2020 (Quadro 01).

Quadro 1 - Área plantada com videiras (hectares)

Brasil e Unidade da Federação	Mês			
	Fevereiro 2020	Fevereiro 2021	Fevereiro 2022	Fevereiro 2023
Brasil	73.747	74.731	75.244	75.537
Rio Grande do Sul	46.101	46.795	47.062	46.952
São Paulo	8.034	8.022	8.022	8.436
Pernambuco	8.256	8.256	8.256	8.256
Paraná	4.000	4.000	4.000	4.000
Santa Catarina	3.547	3.952	3.961	3.849
Bahia	2.069	1.969	2.069	2.069
Minas Gerais	1.124	1.119	1.270	1.350
Espírito Santo	201	207	197	196
Paraíba	130	130	130	110
Goiás	84	79	86	110
Distrito Federal	57	57	57	57
Mato Grosso	50	52	52	52
Rio de Janeiro	30	29	32	52
Ceará	24	26	23	28
Rondônia	29	26	17	11
Mato Grosso do Sul	5	5	5	6
Piauí	5	6	4	2
Tocantins	1	1	1	1

Fonte: IBGE, (2023)

A Região Sul, maior produtora de uvas, representou em média 73% da área total nos últimos 4 anos, liderada pelo Rio Grande do Sul, principal estado produtor, com 62,15% da área vitícola nacional, o que corresponde a 46.952 hectares neste último ano. O estado do Paraná apresentou uma área de 4.000 hectares, seguido por Santa Catarina com uma área de 3.849 hectares. Os três estados do Sul apresentaram estabilidade na área cultivada entre 2020 e 2023, sofrendo pequenas variações entre um ano e outro (IBGE, 2023).

Em função de diferentes condições climáticas, Pereira et al. (2020) descrevem as três condições macroclimáticas da geografia vitivinícola brasileira, (Figura 4), cujos tipos de viticultura podem ser caracterizados como:

- a) A primeira macrorregião caracteriza-se pela produção de vinhos obtidos da viticultura tradicional, como ocorre em todos os países citados anteriormente. Em condições de clima temperado e subtropical úmido, os estados produtores são o RS, SC, PR, MG, SP e ES, onde a videira é podada uma vez ao ano, sendo a colheita também anual;
- b) A segunda macrorregião de produção situa-se no Vale do Rio São Francisco, no Nordeste do Brasil, onde, desde os anos de 1980, são produzidos os chamados “vinhos tropicais”, trata-se de uma região de clima tropical semiárido. Nesta condição, ocorrem duas podas e duas colheitas por ano, em diferentes épocas, cujas parcelas escalonadas possibilitam a realização de podas e colheitas ao longo do ano, em função das demandas de mercado, da estrutura industrial e da tipicidade dos produtos;
- c) A terceira macrorregião de produção é a mais recente, sendo os primeiros registros de produção de vinhos a partir de 2004 em Minas Gerais, onde, a partir da dupla poda da videira, são produzidos os chamados “vinhos de inverno”, com colheitas entre junho e agosto. Atualmente, já há registros da produção destes vinhos, além de Minas Gerais, em São Paulo, Goiás, Bahia, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Mato Grosso e Tocantins. Trata-se de uma região com clima que varia entre o subtropical e o tropical de altitude, cujos vinhedos estão localizados entre 600 -1.200 m de altitude (PEREIRA, 2020, p. 10).

Figura 4- Condições macroclimáticas da geografia vitivinícola brasileira.



Fonte: Pereira et al., (2020)

Quanto à produção de uvas em toneladas (t) no território nacional, o crescimento foi de 13,21% nos últimos quatro anos. Há destaque para a região Sul, maior produtora nacional, (Quadro 02), que representa em média 61% da produção total nacional em toneladas (IBGE, 2023).

Quadro 2- Produção (t) de uvas por região e estados do Brasil

Brasil, Grande Região e UF	Mês			
	fevereiro 2020	fevereiro 2021	fevereiro 2022	fevereiro 2023
Norte	225	209	137	88
Rondônia	213	197	125	76
Tocantins	12	12	12	12
Nordeste	424.339	443.341	463.049	472.594
Piauí	120	144	48	40
Ceará	542	621	601	672
Paraíba	2.600	2.600	2.600	2.200
Pernambuco	363.135	390.603	398.996	404.127
Bahia	57.942	49.373	60.804	65.555
Sudeste	167.153	166.770	169.195	187.365
Minas Gerais	16.707	16.116	19.130	20.137
Espírito Santo	3.240	3.123	3.042	3.052
Rio de Janeiro	201	172	98	160
São Paulo	147.005	147.359	146.925	164.016
Sul	943.453	987.696	996.425	1.007.113
Paraná	57.556	57.000	56.184	56.912
Santa Catarina	50.128	55.255	57.420	57.681
Rio Grande do Sul	835.769	875.441	882.821	892.520
Centro-Oeste	4.675	4.219	4.376	4.824
Mato Grosso do Sul	54	54	59	71
Mato Grosso	1.261	1.290	1.288	1.288
Goiás	2.093	1.566	1.695	2.162
Distrito Federal	1.267	1.309	1.334	1.303
Brasil	1.539.845	1.602.235	1.633.182	1.671.984

Fonte: IBGE, (2023)

Com exceção da região Norte, que teve uma queda expressiva de 2020 para 2023 na produção de uvas, as demais regiões tiveram ligeiro acréscimo, seguindo a tendência nacional.

Em 2019, com o objetivo de formar uma base de dados sobre a viticultura brasileira, a EMBRAPA e o MAPA Implantaram o SIVIBE³ (Sistema de Informações da Área de Vinhos e Bebidas), que possibilita caracterizar a vitivinicultura dos principais polos de produção de uva do Brasil. Segundo a Embrapa Uva e Vinho, os principais polos vitivinícolas do Brasil estão concentrados nas regiões mostradas na Figura 5.

Figura 5 - Principais polos vitivinícolas do Brasil.



Fonte: Embrapa Uva e Vinho, (2023)

3 Disponível em <https://sistemasweb.agricultura.gov.br/pages/SIVIBE.html>

No Rio Grande do Sul, maior produtor nacional de uvas, em 2021 foram produzidos 616,32 milhões de litros de vinhos, suco de uva e outros derivados, com aumento de 50,66% em relação ao ano anterior. A produção de vinhos de mesa, elaborados com uvas americanas ou híbridas, apresentou um crescimento de 40,05%, totalizando 173,90 milhões de litros, sendo o maior volume de tintos, com 146,07 milhões de litros (MELLO; MACHADO, 2022).

Os vinhos finos, que são os elaborados com uvas *Vitis vinífera*, apresentaram aumento de 34,42% na produção, com volume de 43,47 milhões de litros. Os tintos e os brancos apresentaram volumes aproximados, 20,43 milhões de litros de tintos e 20,87 milhões de litros de brancos, representando aumentos de 33,56% e 34,79%, respectivamente. A produção de suco de uva integral foi de 41,19 milhões de litros para 68,84 milhões de litros, significando um aumento de 67,13% (MELLO; MACHADO, 2022).

Com relação à comercialização, o Rio Grande do Sul atingiu em 2021 553,46 milhões de litros de vinhos e sucos, 5,98% superior ao volume comercializado em 2020. Na categoria de vinhos de mesa, que são os de maior volume, foram comercializados 210,01 milhões de litros, com redução de 2,66% (MELLO; MACHADO, 2021).

A União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA) registrou aumento de 53% no consumo de vinhos finos, espumantes e suco de uva em janeiro e fevereiro de 2022 no Brasil comparado ao mesmo período de 2021. O consumo de suco de uva cresceu 60,15%, enquanto os vinhos finos e espumantes atingiram 34,39% e 89,16% respectivamente. O cenário promissor, segundo a UVIBRA, está amparado em diversas variáveis. Destacam-se, dentre os fatores, questões relacionadas à logística, tributação, preço, qualidade, surgimento de novas regiões produtoras, desenvolvimento do enoturismo e valorização dos produtos locais (UVIBRA, 2022).

Além disso, há um novo olhar do consumidor que considera não só o quanto os produtos satisfazem suas necessidades, mas como podem afetar o meio ambiente (ROMANO et al., 2019). Este olhar adiciona ao mundo do vinho mais uma porção de complexidade, incorporando premissas de produção responsável, práticas que respeitem a natureza, origem e procedência do produto, entre outras questões que sustentam as escolhas do consumidor.

Nesse sentido, a Assembleia das Regiões Vitícolas Europeias (AREV) há tempos discute o processo de inovação na viticultura como ferramenta face às

mudanças impostas pelo desafio da própria cadeia produtiva, e aos objetivos estabelecidos pelo Pacto Verde Europeu (Acordo Verde), que se constitui em um conjunto de políticas e estratégias para conter a ameaça do aquecimento global (AREV, 2022).

O Acordo Verde prevê restaurar ecossistemas danificados, com propostas legislativas que protejam a biodiversidade e garantam a segurança do abastecimento alimentar da União Europeia. A neutralidade climática até 2035 também é um dos objetivos propostos pelo Acordo Verde (COMISSÃO EUROPEIA, 2022).

Segundo a AREV (2022), a Comissão Europeia propõe reduzir o uso de pesticidas em 50% e fertilizantes em 20% até 2030. Para tanto, a contribuição da viticultura para mitigar os impactos das mudanças climáticas e fornecer soluções eficazes é fundamental para o alcance dos objetivos do Acordo Verde. Entre as soluções eficazes, a AREV destaca a importância da pesquisa para aumentar a resistência das variedades existentes, o desenvolvimento de novas variedades, o uso de tecnologias TIC, agricultura de precisão e medidas de financiamento adequadas ao ecossistema e à inovação.

A AREV reforça ainda que a inovação é a resposta para atingir os desafios propostos, que incluem a implantação de 25% das áreas em agricultura orgânica e a dedicação de 10% das áreas agrícolas para compor elementos da paisagem com elevada diversidade agrícola. Sendo assim, a AREV pretende desempenhar um papel de articuladora para adoção de boas práticas em rede entre as regiões vitivinícolas e defende que o processo de inovação envolve o uso de agricultura de precisão, ferramentas digitais que reduzam insumos (água, pesticidas e fertilizantes), novas técnicas genéticas para combater doenças da videira e que permitam o uso de menos produtos químicos (AREV, 2022).

O futuro da vitivinicultura mundial passa por fatores como a produção de alimentos seguros, com o uso de sistemas sustentáveis de produção de qualidade e sem resíduos químicos. No Brasil, a Embrapa Uva e Vinho coordena em parceria com diversas instituições, nos principais polos produtores vitícolas brasileiros, o sistema de Produção Integrada (PI) que consiste em boas práticas agrícolas orientadas por normas técnicas visando à produção de uvas com o uso eficiente e adequado dos recursos naturais, conservação do meio ambiente, redução de custos e a garantia de alimentos sem riscos à saúde dos consumidores e dos produtores (EMBRAPA, 2014).

Outra importante ferramenta de valorização da vitivinicultura nacional é o reconhecimento das Indicações Geográficas (IG), que possibilita a proteção da região produtora e a elaboração de vinhos diferenciados. As Indicações Geográficas identificam vinhos originários de uma área geográfica delimitada que apresenta determinada qualidade em função de seus recursos naturais (*terroir*) e o saber fazer característico do seu local de origem (EMBRAPA UVA E VINHO, 2023; BRASIL, 2023).

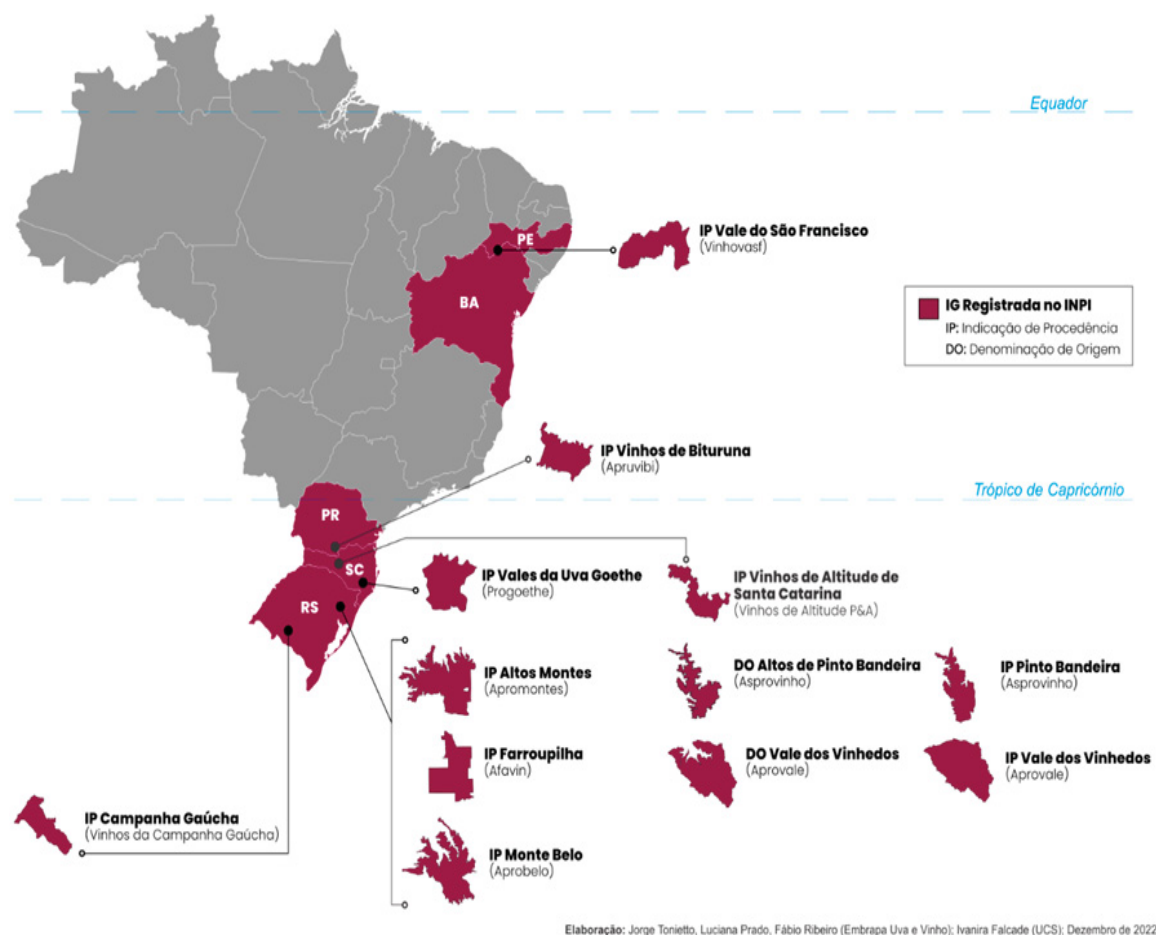
No Brasil, o marco legal das Indicações Geográficas é a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/1996 que regula os direitos e obrigações sobre propriedade industrial e intelectual. Conforme essa lei, a Indicação Geográfica se constitui sob duas formas: a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem, conforme dispõem os artigos 177 e 178:

Art. 177 - Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178 - Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humano (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 1996).

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI - é a instituição que concede o registro legal de IG no país. O Brasil possui 12 Indicações Geográficas de vinhos registradas no INPI, (Figura 6), das quais dez são Indicações de Procedência e duas são Denominação de Origem (EMBRAPA UVA e VINHO, 2023),

Figura 6- Indicações Geográficas (IG) de vinho no Brasil.



Fonte: Embrapa Uva e Vinho, (2023).

Para a Embrapa Uva e Vinho (2023), a Indicação Geográfica traz como benefícios a organização coletiva dos produtores (cada IG está vinculada a uma associação de produtores), o estímulo à economia local e a ampliação do renome dos produtos da região, com impactos na competitividade, bem como no aumento do potencial para a atividade do enoturismo.

A vitivinicultura é uma atividade que apresenta importância socioeconômica para o Brasil, especialmente para a sustentabilidade da agricultura familiar e com alto impacto no desenvolvimento regional (PEREIRA et al., 2020). Entretanto, necessita percorrer um longo caminho para enfrentar questões delicadas como o uso abusivo de agrotóxicos em outras culturas que derivam para áreas de cultivo de uvas, mão de obra desqualificada e mal remunerada, assim como o lento processo de automação e tecnologias acessíveis aos vitivinicultores familiares.

2.3 A Vitivinicultura no Paraná

O Paraná tem um contexto de formação multiétnico. O estado teve parte de sua colonização feita por imigrantes europeus que trouxeram saberes do cultivo da videira, assim como da elaboração de vinhos. A viticultura já foi uma atividade de grande importância econômica, principalmente na década de 1960. Da produção de uvas às cantinas familiares que elaboravam o vinho para consumo próprio e, posteriormente, algumas experiências de vinícolas comerciais, a demanda de produção aumentava, assim como aumentava o consumo de seus derivados (PARANÁ, 2020).

Porém, ainda em meados da década de 1960, o setor começou a entrar em crise devido a fatores como a valorização dos terrenos para cultivo, escasso número de pesquisadores na busca por novas tecnologias e o ataque de doenças e pragas, como a *Rizococus brasiliensis*, que causaram queda acentuada de produtividade e em muitos casos a perda total dos parreirais (PARANÁ, 2020).

Nas décadas subsequentes, o apoio institucional do estado com difusão de tecnologias por meio da pesquisa, assistência técnica e extensão rural foi decisivo para nova alavancagem do setor da vitivinicultura.

No Paraná, historicamente, a área plantada de vinhedos até 2009 se aproximava a 6.000 hectares. No entanto, esse cenário sofre influências cíclicas. Segundo dados do Departamento de Economia (DERAL) da Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná, a área de produção para uvas tem diminuído gradativamente, chegando em 2021 a menos de 4.000 hectares (SEAB, 2022).

A partir de 2012 observou-se redução na área de cultivo de parreirais. Muitos viticultores migraram para outras atividades em função de problemas envolvendo principalmente aspectos fitossanitários, comerciais, perda de competitividade em função da entrada de uvas provenientes de diferentes estados, entre outros motivos (PARANÁ 2020).

Quadro 3- Evolução da área plantada de uva no estado do Paraná, segundo a finalidade, no período de 2012 a 2021.

Ano	Área (ha)		
	Uva de mesa	Uva para vinho	T o t a l
2012	3598	2201	5799

2013	2978	1921	4899
2014	2823	1923	4746
2015	2572	1776	4348
2016	2299	1735	4034
2017	2049	1617	3666
2018	2016	1624	3637
2019	1914	1670	3584
2020	1917	1653	3570
2021*	1929	1559	3488
2021/2012 (%)	-46,4	-29,2	-39,9

Fonte: SEAB/DERAL, 2022. Dados preliminares*

A área plantada com uva no Paraná vem diminuindo nos últimos dez anos (Quadro 3). No período de 2012 a 2021, a redução foi de 46,4% para a uva de mesa, 29,2% para a uva destinada à produção de vinhos e a área total apresentou uma redução de 39,9%. A área plantada com uva destinada à produção de vinhos apresentou redução menor no período e, por isso, aumentou a importância relativa no total de área plantada, variando de 37,9% em 2012 para 44,7% em 2021, (Quadro 4). A viticultura movimentou aproximadamente 247 milhões de reais no ano de 2021, em uma área de cultivo de 3488 hectares (SEAB/DERAL, 2022). Em valor real, deflacionado para dezembro de 2021, no ano de 2012 a viticultura movimentou em torno de 575,5 milhões de reais em 5.790 hectares de área com uva.

Quadro 4- Participação relativa da uva de mesa e da uva para vinhos, sobre o total de área plantada com uva no estado do Paraná, no período de 2012 a 2021

Ano	Uva de mesa		Uva para vinhos		Área Total	
	Hectare	%	Hectare	%	Hectare	%
2012	3598	62,1	2201	37,9	5799	100
2013	2978	60,8	1921	39,2	4899	100
2014	2823	59,5	1923	40,5	4746	100
2015	2572	59,2	1776	40,8	4348	100
2016	2299	57,0	1735	43,0	4034	100
2017	2049	55,9	1617	44,1	3666	100
2018	2016	55,4	1624	44,6	3637	100
2019	1914	53,4	1670	46,6	3584	100

2020	1917	53,7	1653	46,3	3570	100
2021*	1929	55,3	1559	44,7	3488	100

Fonte: SEAB/DERAL, 2022. Dados preliminares*

A Associação dos Vitivinicultores do Paraná (VINOPAR) identificou, por meio de levantamento interno com seus associados, a escassa produção paranaense de matéria-prima para a elaboração de vinhos finos e de mesa, conforme demonstrado na Tabela 01.

Tabela 1- Processamento de uvas de vinícolas paranaenses em 2019

Uvas de mesa (sucos/vinhos coloniais)	Toneladas	%
Produção própria do Paraná	213	0,8%
Uvas compradas no Paraná	334	1,3%
Uvas compradas no Rio Grande do Sul	25100	97,86%
Total uvas processadas em 2019	25647	
Projeção para 2024	40211	+ 57%
Uvas viníferas (vinhos finos)	Toneladas	%
Produção própria do Paraná	51	7,6%
Uvas compradas no Paraná	11	1,6%
Uvas compradas no Rio Grande do Sul	562	84%
Total uvas processadas em 2019	668	
Projeção para 2024	2959	+342%

Fonte: VINOPAR, (2019)

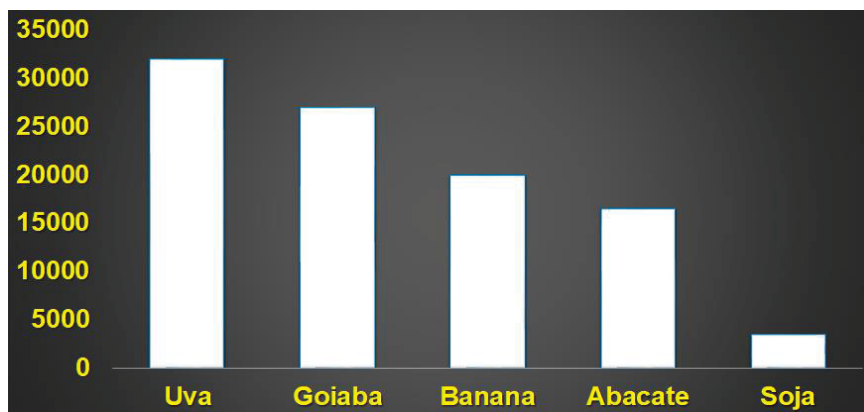
Das 25.647 toneladas processadas em 2019 para vinho de mesa e sucos, praticamente 98% da matéria-prima foi proveniente do Rio Grande do Sul. Para vinhos finos foram processados 668 toneladas, sendo que 84% tiveram a mesma origem. A projeção até 2024 apresenta um significativo crescimento na demanda de matéria-prima, de 57% para vinhos de mesa e de 342% para vinhos finos (VINOPAR, 2019).

Analisando os dados acima é possível perceber que a quase totalidade da matéria-prima para elaboração de vinhos e sucos é proveniente de outros estados, em especial do Rio Grande do Sul, maior produtor nacional. Todavia, é oportuno analisar tanto do ponto de vista do *terroir* do vinho paranaense quanto da problemática envolvendo a geração de emprego e renda no campo.

Um estudo desenvolvido pelo Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER (IDR-Paraná) amparado em dados da SEAB (2018) mostra um comparativo de produção entre algumas culturas, com relação à renda bruta gerada por um hectare de área plantada no Território Vale do Ivaí, (Figura 7). Percebe-se que a uva ocupa

uma posição de destaque comparada a outras culturas frutíferas e com vantagem ainda maior se comparada à cultura da soja.

Figura 7- Renda bruta média por hectare.



Fonte: SEAB e IDR-Paraná (2018)

Outro estudo, originado da assistência técnica em fruticultura e a prática extensionista dos engenheiros agrônomos do IDR-Paraná de Carlópolis, subsidiou os produtores rurais com informações de rendimento e custo médio de implantação de diferentes culturas. O Quadro 05 estabelece um comparativo entre as cadeias produtivas da soja, goiaba, gado de leite, café e abacate produzidas no município de Carlópolis, PR.

Quadro 5- Comparativo entre atividades agrícolas de Carlópolis-PR

Atividades	Níveis invest	Uso mão de obra	Produtividade (ha)	unid.	Preço Médio *	Renda bruta(ha)	Custo (ha)	Renda líquida (ha)	Comparativo	
									R.líquida	R.bruta
Soja	baixo	baixo	70	sc	123,00	8.610,00	6.500,00	2.110,00	1	1
Goiaba	médio	muito alto	40.000	kg	2,50	100.000,00	64.000,00	36.000,00	17,1	11,6
Gado de leite	alto	médio	10.000	l	2,50	25.000,00	21.000,00	4.000,00	1,9	2,9
Café	alto	baixo	45	sc	800,00	36.000,00	18.500,00	17.500,00	8,3	4,2
Abacate	médio	médio	20.000	kg	1,50	30.000,00	16.000,00	14.000,00	6,6	3,5

Fonte: Otávio Oliveira da Luz - IDR-Paraná - Carlópolis (2023)

É possível observar que os plantios de goiaba, abacate e café se destacam na questão de renda quando comparados à soja e ao gado de leite, levando em consideração os níveis de investimento e o uso de mão de obra. Estimular a produção

de frutas de maior valor agregado parece ser uma vantagem competitiva entre diversas cadeias produtivas, conforme mostram os dados anteriores.

Apesar de a presente pesquisa não ter a pretensão de elucidar os gargalos que dificultam o avanço da produção de alimentos com maior valor agregado, comparando o rendimento médio de um hectare de uva, goiaba, abacate e banana com um hectare de soja, os dados destacam uma margem vantajosa para as frutas.

Dados do IBGE (2023) corroboram essa discussão, apresentando o rendimento médio em quilogramas por hectare de três culturas de frutas comparativamente à cultura da soja, conforme Quadro 06.

Quadro 6- Rendimento médio, por ano da safra e produto das lavouras

Variável - Rendimento médio (Quilogramas por Hectare)		
Brasil		
Mês - fevereiro 2023		
Ano da safra - Safra 2022		
	Produto das lavouras	
1	Laranja	28.682
2	Uva	20.056
3	Banana	15.250
4	Soja	2.923

Fonte: IBGE, (2023).

Diante da demanda de produção de uvas no Paraná para elaboração de sucos e vinhos apresentada pela VINOPAR e dos dados de valor agregado à cadeia da fruticultura, em especial da uva, parece que o estado demanda um olhar mais atento para criar incentivos que promovam o aumento da área plantada e da produtividade.

O governo paranaense criou em 2019 o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS), com a finalidade de apoiar a cadeia produtiva da cultura da uva, através do fortalecimento do setor produtivo, agroindustrial e turístico nas diferentes regiões do estado. Baseado em quatro eixos (Produção, Agroindústria, Comercialização e Turismo), o Programa pretende melhorar as condições de produção e comercialização dos produtos, de forma que o vitivicultor possa ter mais segurança desde o plantio até a comercialização, além de proporcionar alternativas de diversificação de atividades e renda nas propriedades rurais. O REVITIS será analisado detalhadamente no capítulo 5, pois foi identificado como uma política pública de incentivo ao desenvolvimento do enoturismo no estado.

2.4. Conceitos e definições de enoturismo

É possível encontrar na literatura especializada muitas definições do que é o enoturismo (VALDUGA, MINASSE, 2018). Sua manifestação pode ocorrer de várias maneiras em diferentes contextos culturais, regionais e de desenvolvimento (HALL et al., 2004). Contribuem com essa discussão López-Guzmán, García e Rodríguez (2013), destacando que a definição e conceituação do termo enoturismo não é homogênea, podendo ser analisada sob diferentes perspectivas, como a do marketing ou a análise da motivação do viajante.

A definição acadêmica mais conhecida é feita por Hall et al. (2004, p.3), que define o enoturismo como “visitas a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos”. Em uma definição mais ampla, os autores destacam ainda que o enoturismo ocorre muito além da localização dos vinhedos e vinícolas, em um contexto não específico do vinho, mas em uma estrutura holística do tema (HALL et al., 2004).

A Carta Europeia do Enoturismo (2006) define o enoturismo como o desenvolvimento de atividades turísticas, de lazer e de tempos livres dedicados à descoberta e fruição cultural e enológica da vinha, do vinho e do seu território. Segundo González San José (2017), essa definição reconhece o enoturismo como um sistema multidimensional resultante da interação dos subsistemas Território, Turismo e Cultura do Vinho.

Para Inácio (2007), o enoturismo é uma forma de turismo característica da modernidade, mas que possui raízes ancestrais ligadas à cultura da vinha e do vinho, na qual se assume que este último não é apenas uma bebida, mas se constitui de uma combinação de cultura, território e estilo de vida.

O enoturismo é visto por Simões (2008) como um conjunto de atividades associadas a visitas a diferentes segmentos vitivinícolas e participação em eventos ligados ao setor, cuja finalidade principal é o conhecimento e a prova dos vinhos das regiões visitadas. Pressupõe o contato direto do turista com as atividades, produtos e com todo o patrimônio paisagístico e arquitetônico relacionados com a cultura da vinha e a produção de vinho.

Segundo Carmichael (2010, p.185), o enoturismo é uma “experiência que pode ser conceituada em diferentes escalas geográficas e que envolve percepções

dos visitantes sobre paisagens físicas e ambiente construído, bem como interações humanas”.

Para Valduga (2012), enoturismo é

uma atividade que pressupõe o deslocamento de pessoas, motivadas pelas propriedades organolépticas e por todo o contexto da degustação e elaboração de vinhos, bem como a apreciação das tradições, cultura, gastronomia e tipicidade dos territórios do vinho. É um fenômeno dotado de subjetividade em que a principal substância é o encontro com quem produz uvas e vinhos (VALDUGA, 2012, p.130).

O enoturismo, como descrito por Gabardo (2019, p. 47), pode ser entendido como uma “forma de *slow tourism* já que preza pela experiência em ritmo desacelerado na qual as relações sociais, a convivência, a hospitalidade e a relação com o lugar são valores importantes e buscados pelos turistas”.

Consiste em uma atividade diretamente relacionada com o vinho, que proporciona uma experiência dinâmica e versátil, que integra cultura e patrimônio vitivinícola, para criar emoções, sensações, apego e impressões sensoriais através da visita, permitindo ao enoturista tornar-se um defensor dessa adega, marca ou região vinícola em particular (SANTOS; RAMOS; ALMEIDA, 2019, p.683).

A atividade de enoturismo tem assumido um importante papel no desenvolvimento local e regional, sobretudo na oferta de empregos (COSTA; KASTENHOLZ, 2009), constituindo um verdadeiro modelo de negócios. Nesse sentido, Vázquez de La Torre e Navarro (2010) descrevem que

o enoturismo, como modelo de desenvolvimento econômico sustentável e integrador de determinadas áreas, é capaz de dinamizar a competitividade de um território, aumentando e melhorando a produção vitivinícola, respeitando o ambiente e melhorando as condições de vida dos cidadãos. Assim, uma rota do vinho é uma ferramenta para o desenvolvimento rural. (VÁZQUEZ DE LA TORRE E NAVARRO, 2010, p.161)

Deste modo, alguns autores (Getz e Brown, 2006; Pina, 2010) destacam que os estudos sobre enoturismo apontam para uma ação simultânea envolvendo a forma de comportamento do consumidor, a estratégia de desenvolvimento de um destino, o conjunto de atrações e encenações relacionadas com a produção dos vinhos e uma oportunidade de marketing para os produtores vinícolas promoverem e venderem os seus produtos diretamente aos consumidores.

Rojas (2019, p 2), descreve o enoturismo como uma “experiência baseada no conhecimento do vinho, do lugar e das suas tradições e, por isso, está intimamente ligada à cultura, ao vinho e à gastronomia”. Muitos países estão desenvolvendo o enoturismo em paralelo ao turismo gastronômico, captando assim turistas interessados em ambos os conceitos.

Santos (2020), em sua tese de doutorado, baseou-se no sistema de publicação de artigos científicos, através do compêndio de publicações, para descrever as seis definições de enoturismo mais citadas na revisão de literatura, (Tabela 02).

Tabela 2- Principais definições citadas na literatura

Definições	Autores
“Enoturismo é uma viagem de interesse especial baseada no desejo de visitar regiões produtoras de vinho, ou em que os viajantes são induzidos a visitar regiões produtoras de vinho, e vinícolas em particular, enquanto viajam por outros motivos”.	Getz et al. (2007, pág. 246)
“Todas as atividades e recursos turísticos, lazer e lazer relacionados às culturas materiais e imateriais, vinho e gastronomia local de seus territórios”	Carta Europeia do Enoturismo (2006, pág. 1)
“O enoturismo é simultaneamente uma forma de comportamento do consumidor, uma estratégia através da qual os destinos desenvolvem e comercializam atrações e imagens relacionadas com o vinho, e uma oportunidade de marketing para as adegas educarem e venderem os seus produtos diretamente aos consumidores”.	Getz e Brown (2006, pág. 147)
“O desenvolvimento e comercialização de adegas como locais a visitar e de destinos baseados no apelo do vinho”.	Brown e Getz (2005, pág. 3)
“Visita a vinhas, adegas, festivais e espetáculos onde a prova de vinhos e/ou a vivência dos atributos de uma região vitivinícola são os principais fatores de motivação”.	Getz (2000, pág. 3)

Fonte: Santos (2020, p. 31)

As definições contribuem para a trajetória evolutiva do segmento de enoturismo ao passo que instigam a pensar a atividade como um ecossistema. Um ecossistema que apresenta desafios galgado na ressignificação da experiência turística, associando produção, cultura, território e a paisagem com a busca de conhecimentos e vivências que façam sentido ao enoturista. Essa ressignificação da

experiência poderá abrir campo para novas definições sobre o enoturismo, que sejam ancoradas em profundidade na participação ativa e comprometida do enoturista.

Quanto à tipologia dos enoturistas, os pesquisadores os segmentam em três grupos: amantes do vinho; os interessados em vinho; e os curiosos sobre o vinho. A primeira tipologia, amantes do vinho, caracteriza-se por viajantes com profundo conhecimento do vinho. Na segunda tipologia, os interessados em vinho, estão aquelas pessoas que já conhecem o vinho antes de visitar as vinícolas, mas que não possuem formação prévia no mundo do vinho. A terceira tipologia compreende os curiosos sobre o vinho, que são aquelas pessoas que não têm uma formação prévia no mundo do vinho, que não são grandes apreciadores de vinho e embora a sua motivação para visitar a adega não seja muito importante, reconhecem um certo interesse por participar em uma visita guiada à adega. Essa segmentação está amparada nas classificações de Hall (1996) e Charters; Ali-Knight (2002), citados por López-Guzmán, Garcia e Rodríguez (2013).

Em revisão bibliográfica, Bernier et al. (2020) detalham, a partir de Ricolfe et al. (2010), quais atividades de enoturismo são as mais citadas na literatura e constituem interesse motivador dos enoturistas: comprar vinho, degustar o vinho na vinícola, receber informações sobre o vinho e seu processo de elaboração, visitar uma vinícola, visitar seu vinhedo, participar de feiras ou festas do vinho, fazer refeições na vinícola, visitar um museu do vinho, visitar sítios naturais da região, fazer amigos, visitar monumentos, entre outros (BERNIER et al., 2020).

Essa temática é apresentada também por outros autores como Valduga, Gabardo, Minasse (2022); Sanchez, Rama, Garcia (2017); López-Guzmán, Garcia, Rodríguez (2013), que descrevem o estudo realizado por Mitchell & Hall (2006) em que identificam sete temas predominantes nas pesquisas sobre enoturismo. O primeiro e mais hegemônico desses temas é o produto enoturístico, que contempla características das vinícolas, paisagens dos vinhedos, roteiros turísticos, calendário de eventos, museus temáticos, entre outros atrativos. O segundo tema considera os impactos socioeconômicos no desenvolvimento regional das regiões produtoras, especialmente nas áreas rurais. O terceiro foca quantificar a demanda e avaliar os impactos econômicos a partir de uma metodologia precisa de mediação. O quarto tema explora a caracterização do turista do vinho, traçando o perfil demográfico, estilo de vida, nível de conhecimento e interesse por vinhos. O quinto analisa o comportamento de consumo do visitante. O sexto destaca a natureza da visita às

vinícolas, buscando avaliar a motivação e a satisfação da experiência enoturística dos visitantes. E por fim, o último tema investiga a biossegurança nos destinos de enoturismo.

A biossegurança, segundo Segata (2020), é uma especialidade dedicada a avaliar e controlar riscos biológicos, químicos, ambientais e físicos potencialmente contaminantes. Inicialmente eram práticas para atividades em laboratórios, passando a ganhar robustez à medida que se expandiram para ambientes de saúde, indústria, comércio, produção agrícola, serviços, entre outros.

Apesar da biossegurança ser um tema emergente e pouco estudado em destinos de enoturismo (GABARDO, 2019), em razão da pandemia da Covid-19, novos riscos foram adicionados aos já existentes, tornando-se necessária a adoção rigorosa de práticas para mitigação de riscos inerentes às atividades enoturísticas.

Em 2020, o Ministério do Turismo criou o selo Turismo Responsável - Limpo e Seguro como primeira etapa para a retomada do turismo brasileiro. O selo consistia na implementação de disposições cabíveis à biossegurança nos estabelecimentos como meio de minimizar os riscos de contágio em decorrência do vírus, incentivando o turista a viajar e frequentar locais que adotaram os protocolos sanitários (BRASIL, 2020)⁴.

2.5 Enoturismo: a cultura do vinho e o turismo

O segmento de enoturismo explorado em diferentes regiões vitivinícolas mundiais (LAVANDOSKI, 2008) apresenta crescente evolução (PINA, 2009). Tornou-se um dos produtos turísticos que mais rapidamente conseguiu se ajustar ao panorama turístico das últimas décadas (ZAMARREÑO ARAMENDIA, CRUZ RUÍZ, HERNANDO NIETO, 2021). O enoturismo é reconhecido como um “construto moderno, de base econômica, embutido no comportamento de consumo e visto pelos produtores como uma oportunidade de venda direta de vinho” (Bruwer, 2002; Dodd e Gustafson, 1997; Hall et al., 2000 apud Alant e Bruwer, 2010, p. 192).

4 Disponível em: <https://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>. Acesso em 23/08/2023.

O enoturismo tornou-se objeto de estudo científico a partir da década de 1990, sendo que o crescimento de publicações evoluiu gradativamente durante os últimos vinte anos. É possível perceber o grau de interesse da comunidade científica sobre o tema fazendo buscas em bases de dados. Nota-se que houve um aumento, especialmente nos últimos cinco anos, de artigos publicados. Para efeito de exemplificação, embora sem a pretensão de construir uma análise bibliométrica, foi utilizada a base de dados *Web of Science*, pesquisando o descritivo enoturismo, (Gráfico 01), que evidencia o aumento das publicações ocorrido nos últimos anos.

Gráfico 1- Número de publicações em enoturismo 2001-2021



Fonte: Elaborado pela autora a partir da base de dados Web of Science, consultado em set. 2022.

Segundo Bernier et al. (2020), a expansão da produção científica sobre o assunto segue acompanhada pelo aumento da oferta turística e estabelecimento de novas regiões vinícolas. Corrobora essa discussão um artigo de Hall et al., (2004), que destaca que o vinho é um componente importante da atratividade de um destino turístico, podendo ser um fator motivacional para os visitantes, assim como um diferencial para governos, pesquisadores e pelas próprias indústrias do vinho.

O interesse pelas viagens às vinhas ocorre desde a época do Grand Tour, porém o interesse específico pelo vinho só começou em meados do século XIX, com a revolução do transporte, as transformações sociais que resultaram no surgimento de uma nova classe média e a publicação da classificação dos vinhos, criando uma identidade de destino (HALL et al., 2004).

O desenvolvimento do enoturismo a partir da concepção atual (TONINI, 2007) teve reflexo direto da atuação do Movimento Turismo del Vino (MTV) organizado em 1993 na Itália, quando teve início o processo de criar um produto turístico a partir do vinho e da cultura local (VALDUGA, 2008).

O MTV estruturou vários eventos temáticos, sendo que o primeiro e mais emblemático foi o “Cantine Aperte”, que inclui a visita às cantinas, passeios pelos vinhedos, degustação de vinhos, além das visitas em castelos e museus da cultura colonial (MTV, 2022). Hall et al. (2004) destaca que devido à aparente falta de reconhecimento do vinho como produto turístico, o MTV estrategicamente buscou desenvolver e comercializar o produto enoturístico e estradas vitivinícolas em conjunto com produtos turísticos reconhecidos, como centros históricos e artísticos e sítios arqueológicos.

Desde então, o enoturismo passou a ser “um produto turístico, um poderoso instrumento de diversificação das economias regionais” (HALL et al, 2004. p. 41), sendo uma realidade na maioria dos países produtores de vinho da Europa (Itália, França, Espanha e Portugal), Oceania (Austrália e Nova Zelândia), e nas regiões vinícolas dos Estados Unidos, Chile, Argentina, Uruguai e no Brasil (VALDUGA, MINASSE, 2018).

O enoturismo é utilizado como uma ferramenta de vantagem competitiva, com ênfase nas perspectivas da indústria e do destino (Getz e Brown, 2006). Nesse sentido, são muitas as possibilidades vinculadas ao cenário do vinho que podem ser utilizadas para ofertar um produto diferenciado.

Byrd et al. (2016) relacionam os atributos de destino predominantes que influenciam as visitas a uma região vinícola. Entre eles, estão a experiência de consumo e produto vitivinícola; a paisagem vinícola, que envolve vinhas, adega, instalações de produção, sala de degustação; oportunidades educacionais; entretenimento e eventos; ambiente natural e paisagem rural; relaxamento e lazer; atendimento ao cliente; clubes de convívio e vinho; e outros serviços de turismo e hospitalidade.

A paisagem na construção da experiência enoturística é considerada um forte diferencial de atrativo. Segundo Sottini et al. (2019), a paisagem vinícola “seduz” o visitante, ela o faz envolver-se e formar uma percepção cognitiva e afetiva de natureza hedônica em uma experiência. É considerada altamente importante na fruição do visitante (CARMICHAEL, 2005).

O termo paisagem vinícola descrito por Minasi, Lohmann e Valduga (2020, p.3) refere-se a uma ampla compreensão da geografia de uma região vitivinícola e não se limita à dimensão do olhar, mas inclui também a apreciação das cores, cheiros, sensações e sabores do vinho, configurando a noção difundida de *terroir*.

Ainda segundo Minasi, Lohmann e Valduga (2020,), a partir de definições e conceitos de Peters (1997), a paisagem vitivinícola, ou paisagem vitícola, refere-se ao cenário agrícola onde a cultura da uva é predominante, com outras culturas sendo cultivadas em menor escala. Já o termo *winescape* refere-se ao contexto de produção do vinho e suas experiências associadas, considerando os recursos humanos, recursos patrimoniais e aspectos legais/institucionais envolvidos, tendo o enoturismo como dimensão integradora (VALDUGA, GABARDO, MINASSE, 2022).

Segundo Sottini et al., (2019) *winescape* é um atributo emocional fundamental capaz de influenciar o comportamento do consumidor, elevando a qualidade percebida do produto. Como descrito pela revista internacional Wine Spectator (1997), apud Getz e Brown (2006, p.147), "como qualquer um que ama vinhos sabe, as regiões onde o melhor vinho é feito são lugares especiais - até mesmo mágicos", ou então, como descrito por Arnaiz e Hernando (2019), a vinha cria paisagens marcantes, duradouras e espetaculares. Sendo assim, a paisagem do vinho é um elemento fundamental da experiência (VALDUGA, GABARDO e MINASSE, 2022), um vasto sistema cultural (MINASI, LOHMANN e VALDUGA, 2020).

Schimmenti et al. (2016), em um estudo com três vinícolas sicilianas, identificaram um aumento nos últimos anos - entre outras questões - de iniciativas e programas relacionados ao cuidado e proteção da paisagem, do território e das tradições culturais.

Byrd et al. (2016) destacam que a noção de que os enoturistas se concentram apenas em beber vinho foi refutada por pesquisadores que sugeriram que esses turistas desejam um conjunto mais amplo de experiências de vinho e turismo. Segundo os autores, entender quais “benefícios de uma paisagem vinícola levam um turista a visitar, revisitar ou recomendar o destino a outras pessoas é um elemento

fundamental para o desenvolvimento de estratégias bem-sucedidas de marketing de destino para vinícolas e regiões vinícolas” (Byrd et al., 2016, p.20).

Assim, segundo descreve Lavrador Silva (2011) apud Lavrador Silva; Kastenzholz; Lima (2012, p.126) “o caráter plural da paisagem (súmula de elementos naturais, elementos humanos, valores culturais e estéticos) e a sua capacidade geradora de emoções transformam-na em recurso privilegiado para a notoriedade das regiões, dos seus produtos e atividades”.

Segundo Arnaiz e Hernando (2019) a paisagem é:

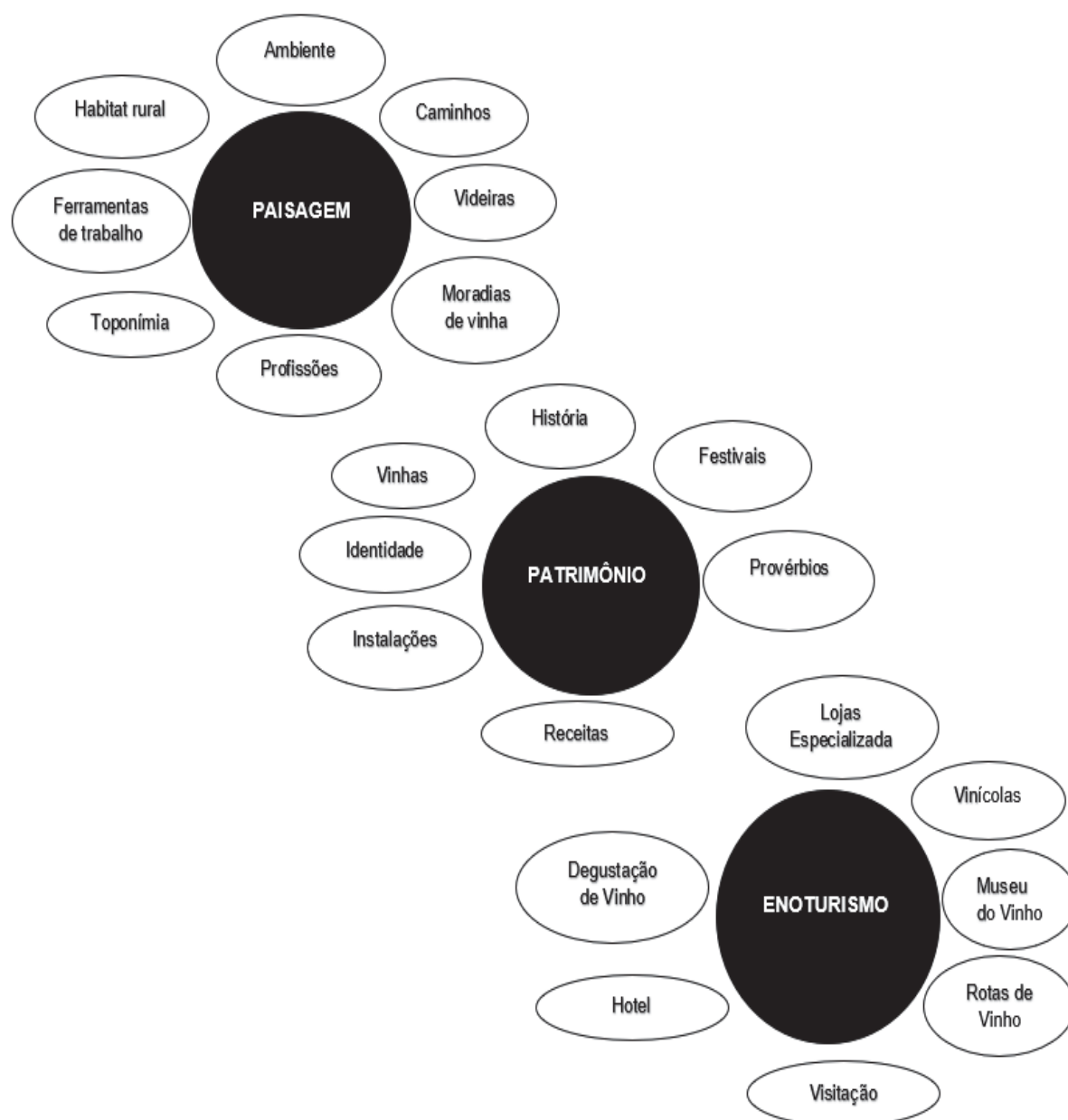
produto de múltiplos fatores e dinâmicas espaciais sobrepostas, tanto pelos elementos físicos e diversos interesses humanos que convergem no espaço e o organizam, quanto pela temporalidade e processos evolutivos a que o espaço está submetido. Saber interpretá-la e os fundamentos estruturais que a compõem - naturais e humanos - requer um conhecimento multifocal, muitas vezes histórico e em diferentes escalas (ARNAIZ e HERNANDO, 2019, p.172).

Sustentados pela Convenção Europeia da Paisagem, Salvado e Kastenzholz (2017) enfatizam que paisagem, território e patrimônio são conceitos indissociáveis, uma vez que sugerem o uso simultâneo de todos os componentes da paisagem. Destacam ainda que o território é a base material para a paisagem e que esta adquire um significado múltiplo e holístico.

Segundo Foronda Robles (2018, p. 96), a “capacidade de mobilizar as pessoas para virem às paisagens da vinha a transformou em recurso turístico de elevado valor patrimonial e social”, (Figura 8), que apresenta os elementos que compõem a paisagem, o patrimônio e o enoturismo.

A mesma autora publicou um estudo sobre a evolução histórica da paisagem vitícola na Região do Sherry Wine (Espanha), os fatores que desencadearam modificações na relação entre a população local e o seu ambiente e as causas da redefinição territorial da paisagem vitícola. Para tanto, entrevistou agricultores, viticultores, empresários do turismo, historiadores e técnicos do setor público e concluiu que a Região Vitivinícola de Sherry perdeu o seu caráter de zona vitivinícola e evoluiu para uma região enoturística, e que a diversificação regenerou a economia local, o vinho e o enoturismo. Todavia, avalia a capacidade da região em adaptar-se à globalização, em proteger os interesses locais e garantir a territorialização da atividade (FORONDA ROBLES, 2018).

Figura 8- Elementos da paisagem, patrimônio e enoturismo.



Fonte: Foronda Robles, (2018, p. 96)

Salvado, Marques e Remelgado (2017) defendem que é crucial integrar as políticas de enoturismo com políticas do patrimônio e de proteção à paisagem, considerando atingir os objetivos previstos na Convenção Europeia da Paisagem como:

I) reconhecer as paisagens como componentes essenciais do ambiente das pessoas, expressão da diversidade do seu patrimônio cultural e natural e a base da sua identidade; II) estabelecer procedimentos para a participação do público em geral, das autarquias locais e regionais e de outras partes interessadas na definição e execução das políticas de paisagem; III) integrar a paisagem nas suas políticas regionais e de urbanismo e nas suas políticas

culturais, ambientais, agrícolas, sociais e econômicas, bem como em quaisquer outras políticas com possível impacto direto ou indireto na paisagem (SALVADO; MARQUES; REMELGADO, 2017, p. 1047).

Segundo Belle, Tonini e Medeiros, (2022), a materialidade das paisagens vitícolas é formada por elementos como vinhedos, vinícolas, vinhos e espaços enoturísticos, que preservam características e expressões do ambiente, do vinho, da cultura regional, da arquitetura, da simbologia, em completa interação com os atores territoriais.

Nessa perspectiva, a paisagem vitícola é um elo potencial da experiência enoturística. A experiência com o enoturismo, defendida por Hall, (1996) apud Ramos e Santos, (2021) não se limita a um único local ou atração específica, pois a experiência completa tem um impacto positivo e significativo durante a pré-visita, visita e após a visita a uma região vinícola.

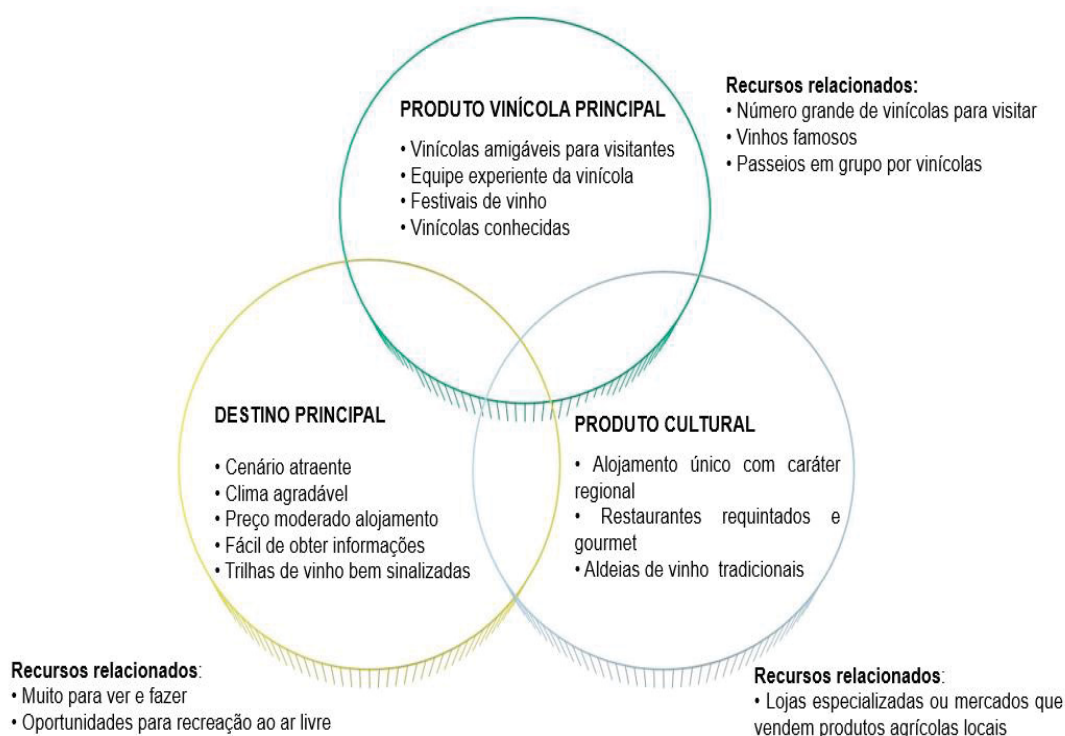
A experiência turística é caracterizada por momentos da viagem que supõem inúmeras sensações e emoções vivenciadas pelo turista (TONINI; LAVANDOSKI, 2010). A natureza da experiência enoturística pode ser compreendida a partir de diferentes perspectivas (VALDUGA, GABARDO, MINASSE, 2022), relacionadas diretamente com o vinho, capaz de proporcionar uma experiência dinâmica e versátil (RAMOS; SANTOS, 2021).

Segundo Getz (2000) apud Ramos e Santos, (2021) a experiência do enoturismo é uma experiência sensorial completa, em que é possível estimular os cinco sentidos: (1) Sabor do vinho e da gastronomia regional; (2) Cheiro do vinho, da terra e das uvas, do ar puro do campo, da fermentação do vinho, das caves onde o vinho envelhece, das cozinhas, das flores e ervas do jardim; (3) Toque no copo da garrafa e rótulo (papel e textura), nos instrumentos e a interpretação dos processos de produção do vinho; cozinhar com vinho; (4) Visão da cor do vinho, das vinhas, da arquitetura, do cenário das festas tradicionais (5) Audição, copos a baterem, a abertura de uma garrafa de vinho, o som do vinho a cair no copo, sons do engarrafamento, de música festiva, dos equipamentos de produção de vinho e das cozinhas.

Estudos realizados por Getz e Brown (2006) sobre os fatores críticos de sucesso para as regiões de enoturismo identificaram, a partir da perspectiva experiencial do consumidor, que o sucesso da experiência enoturística resulta de três conjuntos interdependentes de características: 1) o vinho como produto principal; 2) o

apelo do destino principal; e 3) o produto cultural, conforme demonstrado na Figura 9. O estudo em questão considerou a importância atribuída pelos enoturistas a vários atributos do destino e viagem ao escolher uma experiência de enoturismo.

Figura 9- Características críticas da experiência do enoturismo na perspectiva do consumidor



Fonte: Getz e Brown (2006. p.156)

De acordo com Getz e Brown (2006):

Concebida desta forma, como três conjuntos interdependentes de características-chave, a experiência do enoturismo na mente dos nossos enoturistas de longa distância é uma imagem de um cenário ideal. O amante do vinho que se tornou turista do vinho quer um ambiente em que não só os vinhos preferidos possam ser degustados e o conhecimento aumentado, mas em que sonhos românticos e anseios culturais possam ser realizados. O modelo também é um apelo para que as organizações de destino, a indústria do vinho, a comunidade e as instituições de patrimônio cultural colaborem na criação de produtos e na comunicação de benefícios apropriados (GETZ e BROWN (2006. p.155).

A conexão dos conjuntos possibilita compreender fatores estratégicos do enoturismo, que otimizam a relação com a cultura do vinho e evidenciam a importância dos elementos que compõem o cenário em perspectivas integradas do destino turístico (ANDRADE, 2021).

Assim, a experiência enoturística, como descrita por Ramos e Santos, (2021) integra a cultura e o patrimônio do vinho, cria emoções, sensações, apego e impressões sensoriais através da visita, permitindo, deste modo, que o enoturista se torne um defensor do produtor, da marca e da região vinícola. Para Dixit, (2022, p. 02) “vinho, gastronomia, recursos turísticos e atividades culturais formam os elementos centrais da experiência enoturística e oferecem aos enoturistas a oportunidade de experimentar o vinho, os *terroirs* e interagir com a comunidade local”.

Ramos e Santos, (2021) defendem que o enoturismo deve ser visto como um sistema centrado em experiências e atividades. Partindo da definição de Beni (1998, p.23) que considera um sistema como “um conjunto de partes que interagem de modo a atingir determinado fim, de acordo com um plano ou princípio”, entendemos que, para o desenvolvimento do enoturismo se faz necessário estabelecer uma visão holística do tema, em uma perspectiva de sistema.

Sendo assim, a autora buscou descrever a construção evolutiva do modelo de Sistema para o Turismo (SISTUR), estabelecendo conexões com modelos propostos por diferentes autores com o Ecossistema do Enoturismo. O primeiro modelo do SISTUR proposto por Beni, (1998) é de um sistema aberto, composto por três conjuntos, cada qual com seus subsistemas. No Conjunto das Relações Ecossistêmicas - RE, os subsistemas são descritos como ecológico, social, econômico e cultural; o Conjunto da Organização Estrutural propõe os subsistemas superestrutura e infraestrutura; e para o conjunto das ações operacionais, aponta os subsistemas mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo.

Beni, (2014) amplia as discussões sobre o SISTUR, com objetivo de superar as lacunas e limitações percebidas no modelo anterior, compreender a problemática do desenvolvimento crescente do turismo e a necessidade de superação como setor econômico e/ou atividade mercadológica.

Para tanto, propõe que a evolução das discussões em busca de uma forma de entender a dinâmica do turismo passa pela reconstrução do SISTUR a partir da teoria da complexidade, que abarca um sistema vivo, interconectado, envolvido e integrado em diferentes ambientes. Na Figura 10 é apresentado o SISTUR a partir da teoria da complexidade.

Figura 10- - Modelo Sistêmico Complexo do Turismo.



Fonte: Beni (2014)

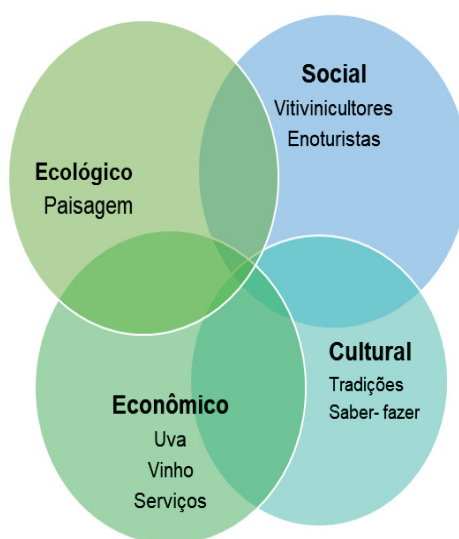
Para Beni e Moesch (2017), o SISTUR reconstruído a partir da teoria da complexidade (constituída pelas teorias da informação, da cibernética e dos sistemas) se propõe a reconstruir o turismo por um modelo histórico-cultural, associado à pesquisa, ao debate, aos objetos constituintes do todo.

A reconstrução do modelo do SISTUR pela teoria da complexidade, apreende como sistema vivo, que se auto-organiza e realiza sua autoprodução, ao mesmo tempo em que realiza a auto-eco-organização (o sistema é, simultaneamente, totalidade/parte, uma unidade global que é parte de outra unidade, tudo está interconectado com tudo, homem e natureza), e a sua auto-eco-produção (só é possível o ser, a existência e a vida em um sistema-organização), pois ele está envolvido em um ambiente externo que se encontra, ele mesmo, integrado a um sistema eco-organizador, o ecossistema (BENI e MOESCH, 2017, p. 449).

A pesquisa buscou relacionar o primeiro e o segundo modelo do SISTUR aos processos da vitivinicultura e aos arranjos que envolvem o desenvolvimento do enoturismo, perfazendo uma leitura com as ações, (Figura 11), em que o ecológico está ligado à paisagem dos vinhedos, que compõem um universo de possibilidades

para atrair o turista. O social relaciona as características que vinculam os vitivinicultores, o grau de envolvimento e a elevação das condições sociais a partir dos arranjos produtivos que constroem o aspecto econômico. Da mesma forma os turistas consumidores interagem com as paisagens dos vinhedos, com a cultura e com o saber fazer dos vitivinicultores, estabelecendo um elo entre os elementos.

Figura 11- Conjunto das relações ecossistêmicas no enoturismo.



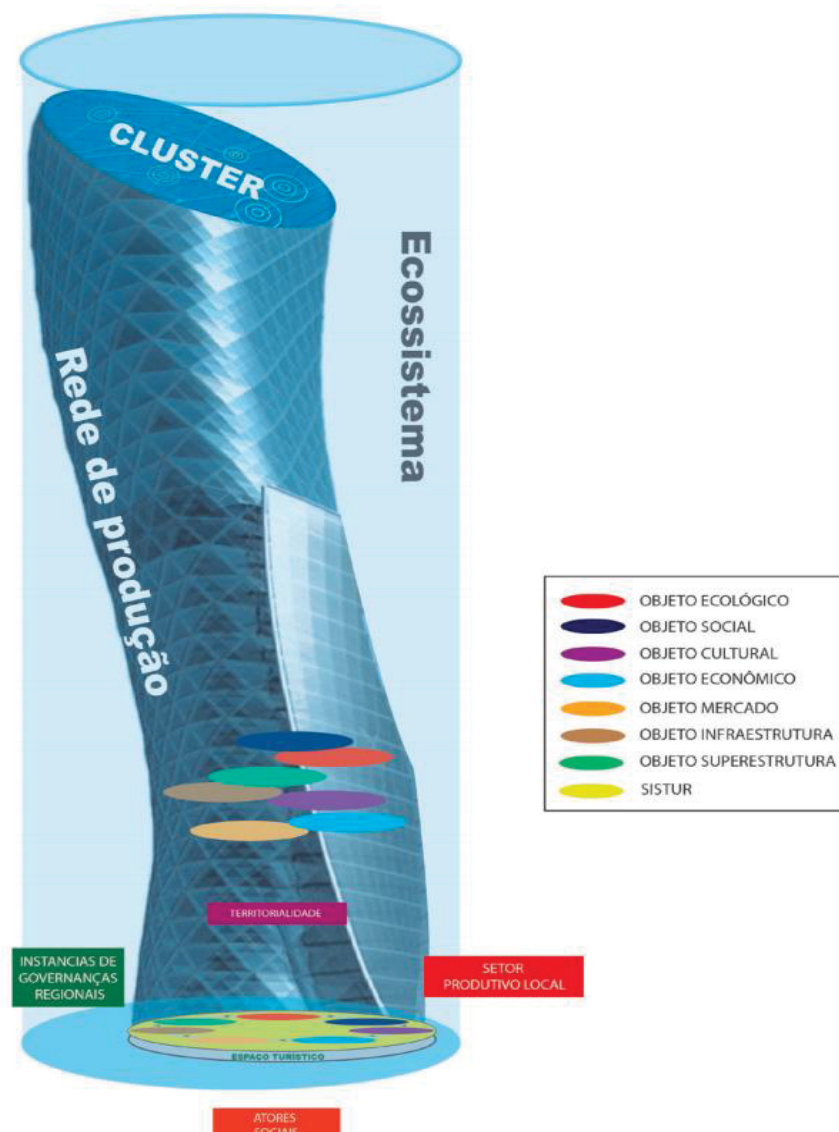
Fonte: Elaboração própria adaptado de Beni (1998)

As demais etapas do SISTUR convergem para a prática da vitivinicultura, relacionando o mercado e a distribuição, assim como a oferta e demanda do produto, a infraestrutura necessária para o desenvolvimento de toda a cadeia produtiva e as demandas da atividade enoturística.

A teoria da complexidade ampliou a dimensão da presente pesquisa quando relaciona a territorialidade, o setor produtivo, as instâncias de governanças regionais e os atores sociais, possibilitando associar a uma engrenagem os fatores que devem convergir para o alcance dos objetivos de desenvolvimento para o enoturismo.

O avanço na discussão sobre o SISTUR possibilitou ampliar sua abordagem para um modelo de ecossistema do turismo (Figura 12), amparado no princípio da auto-eco-organização, que liga cada ponto à totalidade de informação do todo (Beni e Moesch, 2017).

Figura 12- - Modelo Ecológico do Turismo.



Fonte: Beni e Moesch (2017)

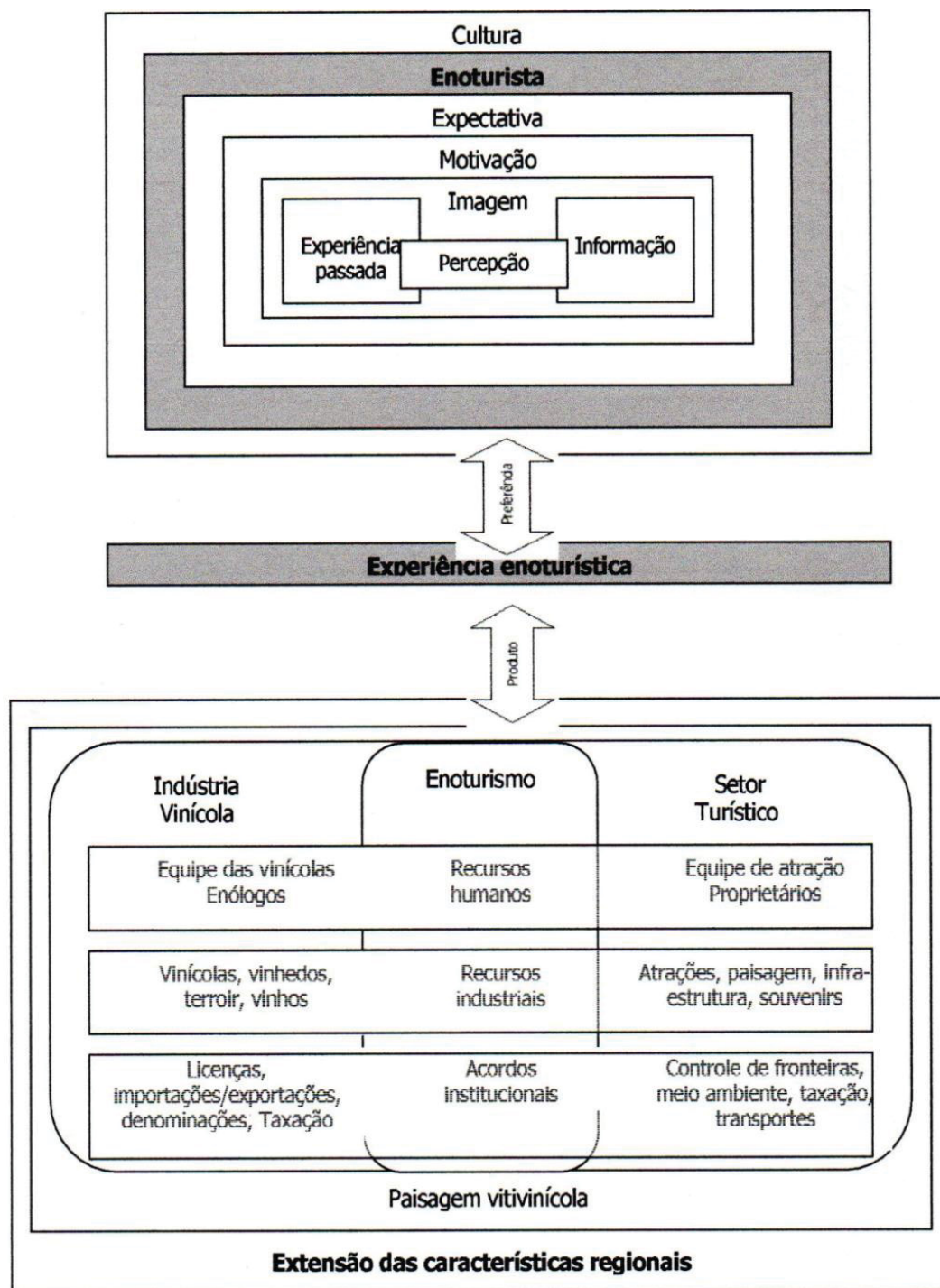
O Modelo Ecológico do Turismo destaca a necessidade da existência de uma estrutura que estabeleça relações entre os elementos que a compõem, que se complementam, que haja inter-relação entre as partes envolvidas para que possa manter sua organização em funcionamento (Beni e Moesch, 2017).

Considerando a imbricação das abordagens dos sistemas de turismo e de enoturismo, diferentes autores trataram do sistema do enoturismo, assim como a trajetória evolutiva para um ecossistema.

Hall et al., (2004) apresentou um modelo de sistema do enoturismo (Figura 13) com o objetivo de demonstrar a complexidade e diferentes perspectivas da experiência enoturística. O modelo considerou a percepção do visitante, criada a partir

da imagem produzida por experiências passadas e informações adquiridas, levando em conta a cultura, a motivação, a expectativa do enoturista, a interação com a indústria vinícola e o setor turístico (público e privado), além da paisagem e características regionais.

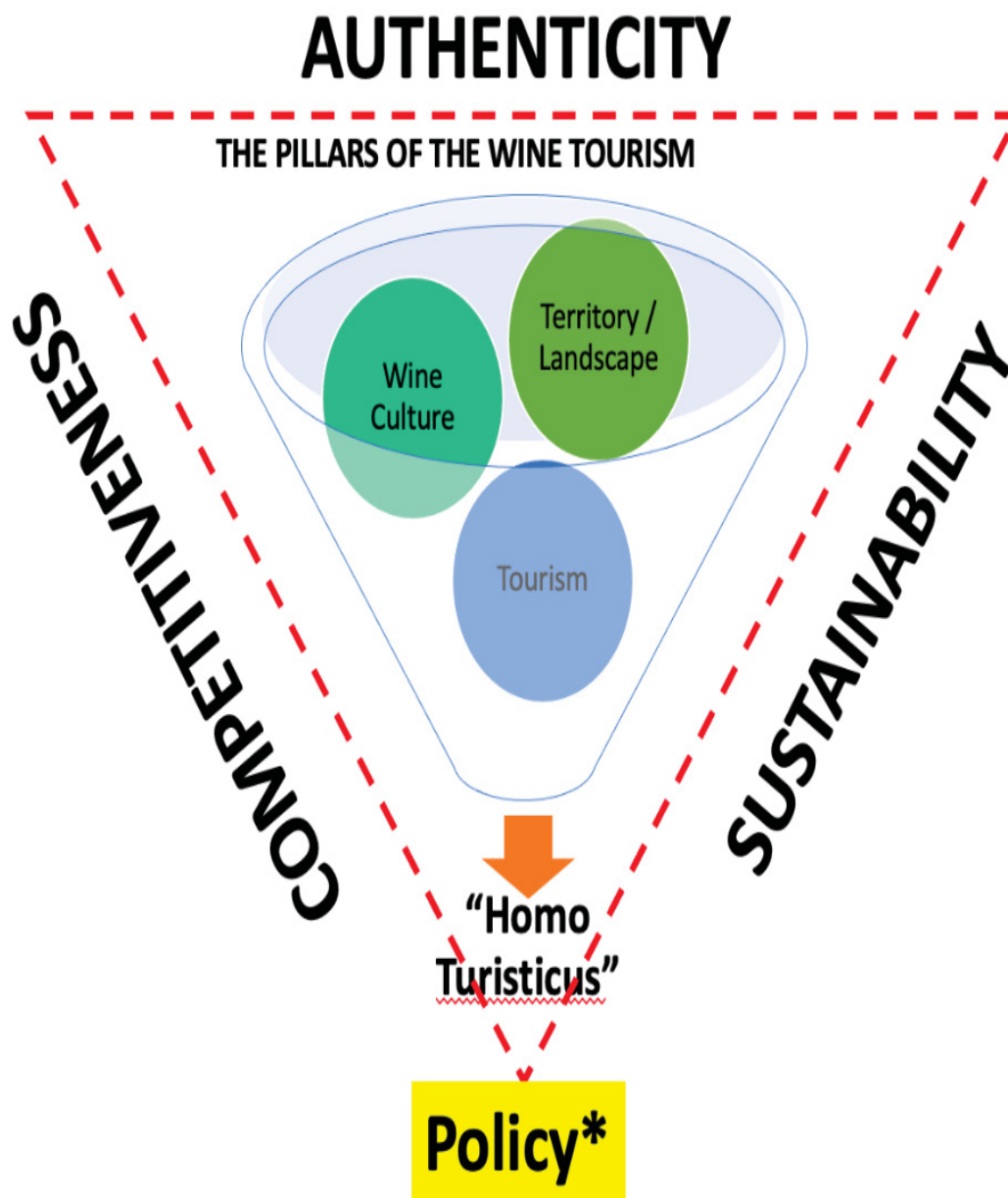
Figura 13- O sistema do enoturismo.



Nos últimos anos, outros pesquisadores apresentaram estruturas para um processo mais amplo e uma gama maior de atores capaz de representar a dinâmica contemporânea do enoturismo, denominado Ecossistema do Enoturismo. Salvado (2016) defende que o ecossistema do enoturismo deve ser visto como um modelo do ecossistema de negócios, em que a coopetição entre diferentes instituições e parceiros possibilita a construção de um destino enoturístico, gerando benefícios mútuos aos envolvidos. Segundo essa autora, o enoturismo é um ecossistema em crescimento, composto pelos subsistemas Território, Turismo e Cultura do Vinho, que envolve mais que apenas visitar adegas e comprar vinhos, mas sim todo um conjunto de fatores que se relacionam com a paisagem, patrimônio e identidade do território.

Essa abordagem (Figura 14), em que o ecossistema do enoturismo é constituído por três pilares: Território/Paisagem, Cultura do Vinho e Turismo. Nesta visão, o território é a base material para a paisagem; a cultura da vinha e o vinho fazem parte de um patrimônio cultural ligado à história e tem sido um elemento essencial para o desenvolvimento econômico, social e cultural das diferentes regiões vitícolas; e o turismo consiste em redes de organizações que se estendem por várias escalas / indústrias / atividades espaciais diferentes, conectando vários tipos de atores relacionando diferentes valores, papéis, interesses, capacidades, práticas e diversidade de recursos e ideias (SALVADO, 2016).

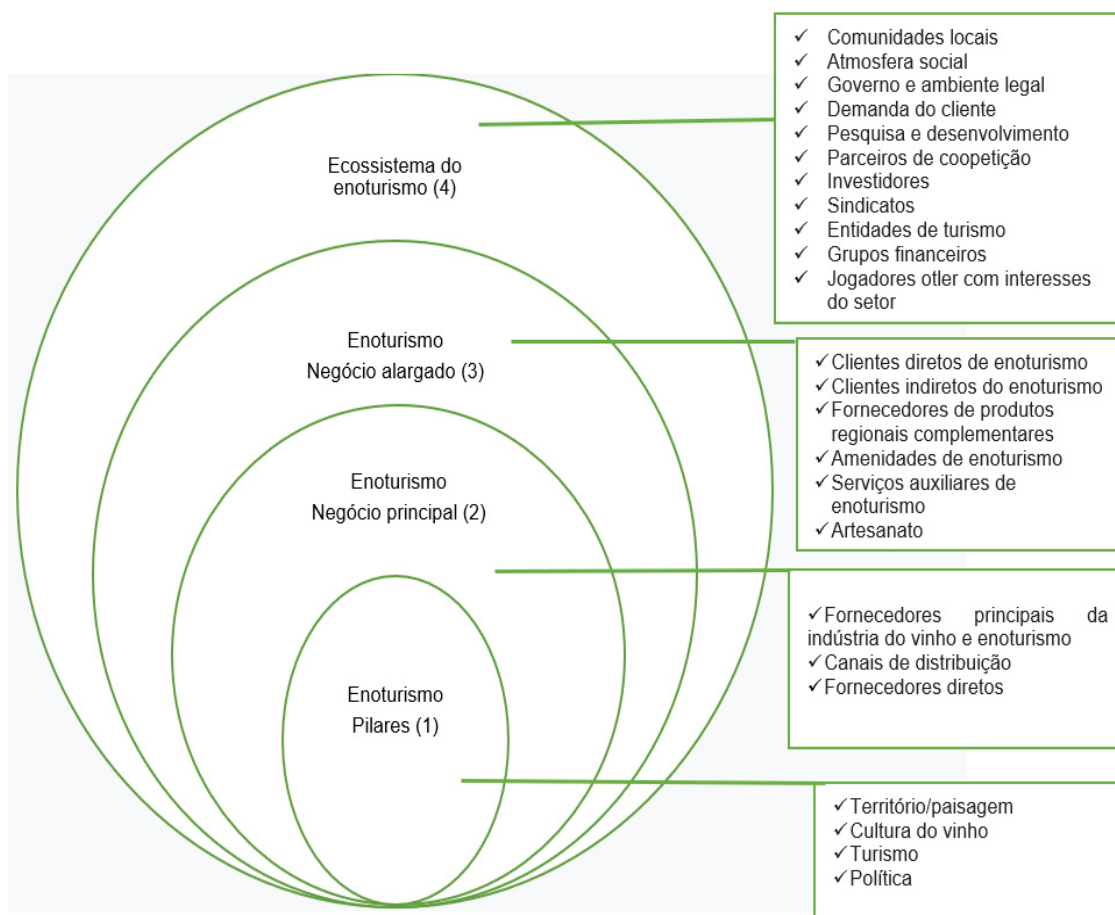
Figura 14- Pilares do ecossistema do enoturismo



Fonte: Salvado, (2016)

Salvado (2016) destaca que esses três pilares - Território/Paisagem, a Cultura do Vinho e o Turismo - devem estar ancorados por políticas públicas com base estratégica forte que garanta a sustentabilidade do ecossistema, assim como a necessidade de as partes interessadas trabalharem juntas, harmonizando seus objetivos e interesses. Nesse sentido, Salvado (2016) amplia o debate e propõe um modelo de coopetição enoturística apresentado na Figura 15.

Figura 15- Modelo de Coopetição Enoturística



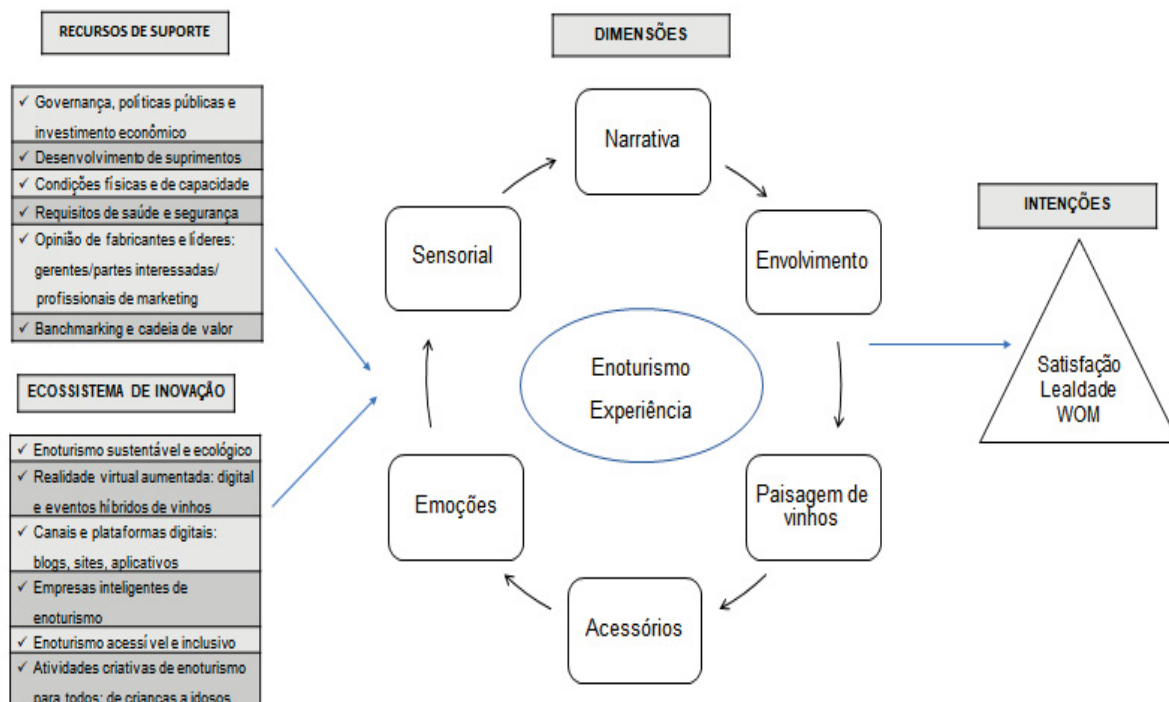
Fonte: Salvado, (2016)

Esse modelo é composto por quatro seções. A seção (1) ocupa-se dos “Pilares do Enoturismo”, apresentados anteriormente e que tratam do início dos ecossistemas, envolvendo Território/Paisagem, a Cultura do Vinho e o Turismo amparados por políticas. A seção (2) “Core Business Enoturismo” explora o negócio principal do enoturismo e suas principais fontes de riquezas organizacionais, A seção (3) introduz o “Enoturismo Negócio Alargado”, contendo a definição de “empresa alargada” e os seus principais elementos, como os clientes diretos e indiretos, fornecedores regionais de produtos/serviços complementares do enoturismo. A seção (4) aprofunda o “Ecossistema Enoturístico” com foco nos atores e parceiros que influenciam significativamente o negócio principal (rede de stakeholders).

Em outro estudo, Santos et al. (2021) apresenta uma estrutura aplicada ao sistema global de enoturismo, considerando construções e dimensões emergentes e futuras que o precedem e o seguem. Neste estudo, quatro dimensões foram encontradas para compor a estrutura global para o sistema de enoturismo,

representado na Figura 16, que conecta recursos de suporte, ecossistema de inovação, dimensões (storytelling, envolvimento, *winescape*, apego, emoções e sensorial) e intenções (satisfação, lealdade e WOM).

Figura 16- Enquadramento do sistema global de enoturismo



Fonte: Santos et al. (2021)

Santos et al. (2021) descrevem da seguinte forma: (1) recursos de suporte (governança, políticas públicas e investimento econômico; desenvolvimento da oferta; recursos físicos e de capacidade condições; requisitos de saúde e segurança; formadores de opinião e líderes: gerentes/partes interessadas/jogadores/profissionais de marketing; benchmarking e cadeia de valor); (2) ecossistema de inovação (perfil das novas gerações de enoturistas; realidade virtual e aumentada: eventos enoturísticos digitais e híbridos; empresas de enoturismo inteligentes; canais e plataformas digitais: blogs, sites, aplicativos; atividades criativas de enoturismo para todos (de crianças a idosos); práticas sustentáveis e ecológicas de enoturismo); (3) dimensões da experiência do enoturismo (contagem de histórias; envolvimento; paisagem vinícola; apego; emoções; sensorial); e (4) intenções comportamentais (satisfação; lealdade; boca a boca).

O enfoque sistêmico é um método de trabalho amplamente utilizado por profissionais das ciências agrárias e há anos vem sendo aplicado dentro da pesquisa e extensão rural como uma importante ferramenta na elaboração e execução de políticas públicas de desenvolvimento rural (FIGUEIREDO; MIGUEL, 2007). Pensar e agir de forma sistêmica possibilita, na abordagem da pesquisa e da extensão rural, conectar fios que darão sustentação para o desenvolvimento de uma cadeia produtiva e toda a estrutura endógena da propriedade rural.

Como o vinho tem uma base agrícola, pode oferecer ligações horizontais e verticais no ambiente do turismo rural, também pode ajudar as comunidades rurais a redesenhar os cenários de produção de vinho, oferecer hospitalidade, produtos locais, gastronomia, paisagens e outras atividades ao ar livre, expandindo assim os benefícios do enoturismo para a economia local (DIXIT, 2022).

Para tanto, o desenvolvimento do enoturismo demanda uma articulação de forma sistêmica, que para além das propriedades vitivinícolas, os atores e as partes interessadas possam interagir e trabalhar juntos para alcançar objetivos comuns.

2.6 Enoturismo no Brasil

O desenvolvimento da vitivinicultura no século XX consolidou-se como uma alternativa de crescimento econômico regional e motivou, a partir do produto uva e vinho, a realização de eventos temáticos como festa da uva, festa do vinho, celebração da colheita, que passaram a atrair visitantes de outras cidades e outros estados (VALDUGA, 2007). Foi neste contexto que se iniciou o enoturismo no Brasil, especificamente no Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul.

Com a descentralização da vitivinicultura brasileira nos últimos anos, outrora concentrada na região Sul do país (VALDUGA; MINASSE, 2018), e conforme foi evoluindo em qualidade, o enoturismo começou a propagar-se em diversas regiões do território nacional (FILLUS, 2021).

Como descrito por Valduga e Minasse (2018), em praticamente todas as regiões vinícolas brasileiras existem expressões do enoturismo que acompanham as características locais e apresentam no país manifestações desde os anos 1930, conforme indicativo estruturado pelos mesmos autores (Quadro 7).

Quadro 7- Expressões do enoturismo no Brasil

Fase	Período	Manifestações
1 ^a	1920	Caracterizado pela busca dos turistas por um clima mais ameno no verão, num movimento chamado de Veraneio na Serra. Esse movimento se deu a partir da instalação da ferrovia em alguns municípios serranos do estado do Rio Grande do Sul, como Veranópolis, Bento Gonçalves e Caxias do Sul
2	1930 a 1970	Os grandes eventos ligados à vitivinicultura foram responsáveis pela turistificação do espaço e pela difusão do vinho como produto regional, cultural e turístico, especialmente nos municípios da Serra Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul (Bento Gonçalves, Caxias do Sul e Garibaldi). Em Caxias do Sul foi celebrada em 1931 a Festa da Uva, nos moldes das festas italianas e aparece pela primeira vez na imprensa a perspectiva de atrair turistas para a região. O turismo passou a ter uma organização mínima a partir de sua oficialização pelo Estado. Exerceu forte papel o <i>Touring Club</i> , que se caracterizou como um dos agentes centrais do turismo no período. Criação da Festa Nacional do Vinho em Bento Gonçalves no Rio Grande do Sul em 1967
3 ^a	1970 a 2000	Organização regional da atividade turística, com enoturismo, enogastronomia e atrativos de inverno associados. Período de apogeu e posterior declínio das cooperativas vinícolas e ao final, uma fase de emergência de pequenas vinícolas familiares decorrentes do declínio do modelo cooperativista. Qualificação hoteleira e criação e consolidação de uma série de eventos ligados ao vinho, como a Festa Nacional do Vinho em Bento Gonçalves e a Festa Nacional do Champanha, em Garibaldi.
4 ^a	2000 em diante	Criação das primeiras Indicações Geográficas para vinhos no país, com reforço e resgate das identidades regionais de produção. Enoturismo emerge ancorado na qualificação da produção e consolidação das Indicações Geográficas. Novas regiões vinícolas emergem, como na Metade Sul do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e no Nordeste brasileiro. Novas experiências enoturísticas passam a ser ofertadas, adequadas a realidade das regiões produtoras e à demanda.

Fonte: Valduga; Minasse, (2018, p. 04).

A oferta enoturística brasileira disponibiliza destinos consagrados como o Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha e no Vale do São Francisco (COSTA, CAMELO, LINHARES, 2015), entre outros. Em diferentes regiões brasileiras, as vinícolas vêm atraindo consumidores de vinhos com expectativas de experienciar o mundo onde a bebida é produzida. Nesses locais são “vivenciadas as paisagens, as peculiaridades dos vinhedos, técnicas e o processo de vinificação, além da história, cultura e identidades locais” (SOUZA, CORDEIRO, 2014 p.193).

A região do Vale dos Vinhedos foi colonizada por imigrantes italianos a partir de 1875, que fizeram da vitivinicultura a base da economia e do desenvolvimento regional. O Vale dos Vinhedos é considerado patrimônio histórico-cultural do Rio Grande do Sul e a origem do nome é em razão de seus vales cobertos de parreirais e

paisagens de diferentes tonalidades. Está localizado no nordeste do Rio Grande do Sul, na região serrana do estado, que abrange áreas dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. Em 1995 foi fundada a APROVALE, com a missão de promover o desenvolvimento sustentável do Vale dos Vinhedos através do enoturismo, da integração entre os associados e a comunidade, e fomentar a busca contínua pela excelência em produtos e serviços. Em 2002, foi a primeira região brasileira a ser oficialmente reconhecida como Indicação Geográfica, e em 2012 conquistou o reconhecimento como Denominação de Origem (DO)⁵. Atualmente a APROVALE conta com 25 vinícolas, além de outros empreendimentos voltados ao enoturismo.

No Vale de São Francisco, em clima semiárido, já na década de 1980 surgem os primeiros investimentos em vitivinicultura, possibilitando a elaboração dos primeiros vinhos tropicais. Segundo a Embrapa Uva e Vinho, a criação do Instituto do Vinho do Vale do São Francisco em 2003 foi fator fundamental para o fortalecimento do trabalho de qualificação da produção de uvas e vinhos finos, da mesma forma que a estruturação do projeto para Indicação de Procedência Vale do São Francisco de vinhos finos tranquilos e espumantes⁶.

O Vale do São Francisco (VSF) abrange uma grande área que se estende por sete estados, entretanto o Submédio São Francisco é formado apenas por áreas dos estados da Bahia e de Pernambuco (ZANINI, ROCHA, 2010). Um dos principais atrativos enoturísticos do Vale é a Rota Vapor do Vinho, um passeio de barco a vapor que lembra as antigas embarcações fluviais. O passeio é feito pelo São Francisco com paradas em ilhas e vinícolas da região⁷ (ECAVE, 2020).

Outro destino enoturístico contemporâneo em destaque, que produz os “Vinhos de Inverno”, está localizado nas regiões Sudeste, Centro-Oeste e Chapada Diamantina. A técnica de produção adota o sistema de dupla poda ou poda invertida, que consiste na inversão do ciclo da videira e possibilita a “colheita de inverno”, durante os meses mais secos e com maior amplitude térmica, noites amenas e dias

5 Disponível em <https://www.valedosvinhedos.com.br>, acesso em 25 jul. 2022.

6 Disponível em: <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/ig-em-estruturacao/vale-do-sao-francisco>. Acesso em 25 jul. 2022.

7. Disponível em <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/experiencia/enoturismo-no-vale-do-sao-francisco-as-dadivas-do-velho-chico/>, acesso 25 jul. 2022.

ensolarados. Em 2016, foi criada a Associação Nacional de Produtores de Vinhos de Inverno (ANPROVIN), que trabalha pelo desenvolvimento da vitivinicultura, em especial pelo segmento que adota a dupla poda, o chamado ciclo invertido das uvas e a promoção do enoturismo. A associação criou a Marca Coletiva Vinho de Inverno que tem o propósito de exaltar as características de produção e elaboração e evidenciar as qualidades dos vinhos produzidos a partir da técnica de dupla poda. Atualmente a ANPROVIN conta com 36 vinícolas associadas, produzindo 400.000 litros de vinho por ano, em 267 hectares plantados de vinhedos (ANPROVIN, 2022).

Com objetivo de potencializar as atividades relacionadas ao vinho, o Ministério do Turismo instituiu, em dezembro de 2003, o Dia do Vinho, comemorado sempre no primeiro domingo de junho. A comemoração contempla diversas atividades, em diferentes regiões produtoras, com objetivo de divulgar destinos enoturísticos brasileiros e fortalecer a cadeia produtiva do vinho (BRASIL, 2017).

Mais recentemente, o Ministério do Trabalho e Previdência incluiu a profissão de Sommelier na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). A especialidade do profissional é aconselhar os clientes na escolha dos vinhos, cafés, destilados, entre outros itens, com o objetivo de proporcionar uma experiência enogastronômica melhor. Sendo assim, o reconhecimento confere mais visibilidade à atividade, em especial ao enoturismo e todo o segmento do turismo gastronômico, e garante a elaboração de políticas públicas para os trabalhadores do segmento (BRASIL, 2022).

2.7 Enoturismo no Paraná

No Paraná, estado pertencente à região Sul do Brasil e objeto deste estudo, o turismo do vinho ainda é pouco explorado, apesar de ter passado recentemente por investimentos em projetos de vinícolas, implantação de novos vinhedos e estrutura para o enoturismo (BERNIER et al., 2020). No território paranaense o predomínio é pela viticultura tradicional de clima temperado e a tropical de altitude (VINOPAR, 2023).

As principais regiões produtoras do estado são a região Sul, liderada por Bituruna; a região Sudoeste, em especial os municípios de Mariópolis, Francisco Beltrão, Ampére e Salgado Filho, e a Região Metropolitana de Curitiba que detém as principais vinícolas estruturadas para enoturismo. Segundo a Associação de

Vitivinicultores Paranaenses (VINOPAR), a cada ano surgem novos e pequenos projetos de cultivos de uvas viníferas no Paraná.

A VINOPAR foi fundada em 2017 com os objetivos de: fortalecer a produção e comercialização de vinhos finos, coloniais, espumantes e demais produtos da uva como sucos e grappas; estimular o consumo e a valorização de vinhos nacionais pelo consumidor brasileiro e estrangeiro; consolidar o Paraná como um novo polo vitivinicultor no cenário nacional e; estimular a prática do enoturismo despertando experiências e estímulos diversos aos amantes do vinho, da gastronomia e das paisagens rurais do estado (VINOPAR, 2023).

Na perspectiva de estimular o consumo de vinho e divulgar as vinícolas estruturadas, em 2019 a VINOPAR criou o Festival VINOPAR do Vinho Paranaense. Em 2023, em sua terceira edição, reuniu quatorze vinícolas do estado no Salão de Eventos do Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba, nos dias 17 e 18 de junho de 2023 (Figura 17).

Figura 17- Festival VINOPAR do vinho paranaense

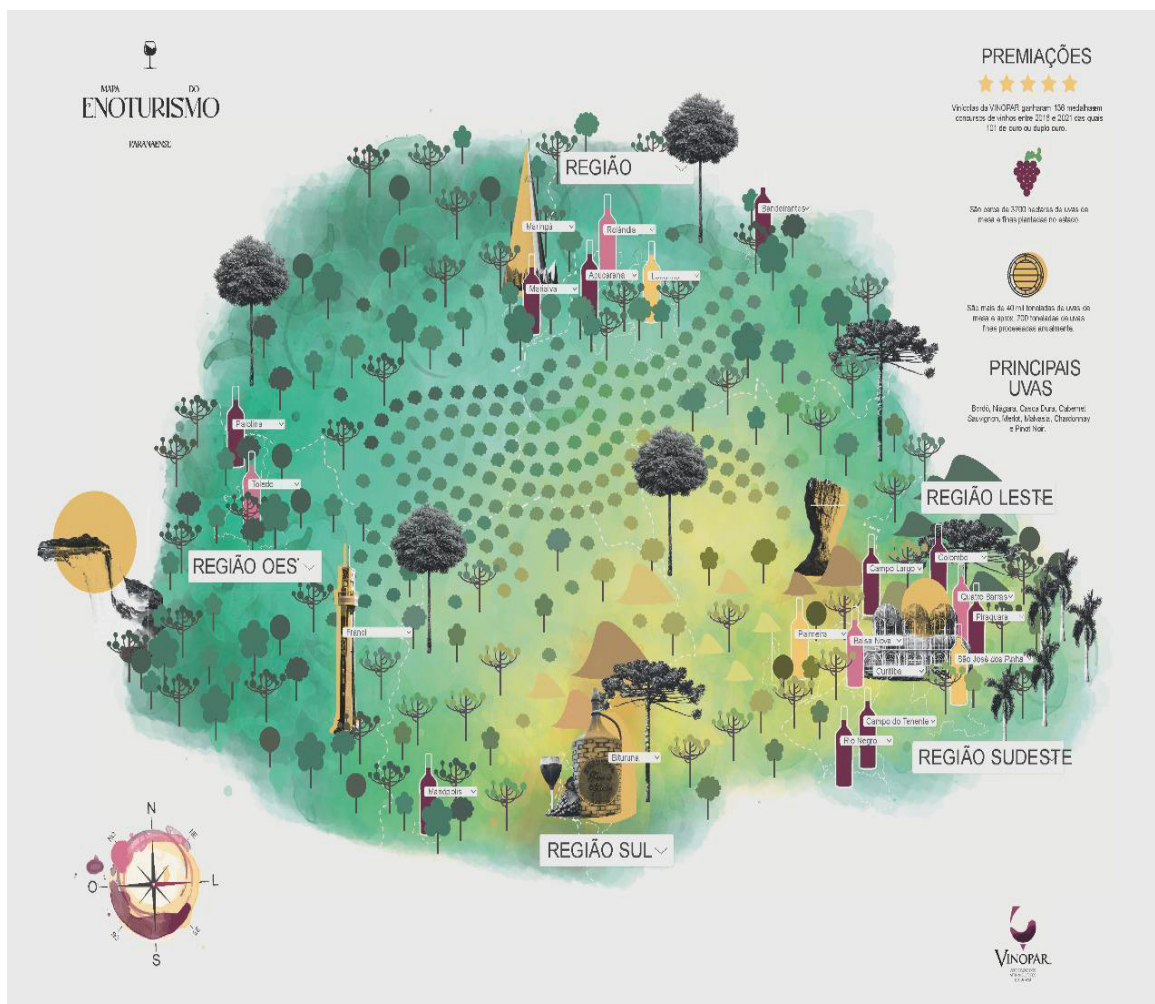


Fonte: VINOPAR, (2023).

Além da degustação de diferentes rótulos, o festival contou com palestras e workshops com especialistas em vitivinicultura e enogastronomia regional e o

lançamento do Mapa do Enoturismo Paranaense, que reúne informações sobre vinhos e atividades de enoturismo nas regiões do estado (Figura 18).

Figura 18- Mapa temático do enoturismo paranaense



Fonte: VINOPAR (2023).

A oferta do enoturismo ocorre predominantemente na Região Metropolitana de Curitiba, mais especificamente nos municípios de Balsa Nova, São José dos Pinhais, Colombo, Campo Largo, Piraquara e Quatro Barras.

Em Bituruna, a experiência fica por conta da Rota do Vinho, que congrega pelo menos dez vinícolas responsáveis pela produção artesanal e comercialização de vinhos e sucos (NITSCHKE; NERI; PINHEIRO, 2014). Esta região destaca-se também pela produção da uva aromática Casca Dura, resistente, produtiva e bem adaptada ao solo e clima da região, conferindo vinhos brancos autênticos, frutados e intensos (VINOPAR, 2022). Em 2022, o vinho de Bituruna elaborado com a uva Casca Dura

conquistou a primeira Indicação Geográfica do Paraná, na modalidade Procedência (PARANÁ, 2022).

Já na região Oeste, em Toledo, a Vinícola Dezem, fundada em 2005, destaca-se por seu projeto arquitetônico fortemente influenciado pelas vinícolas do velho mundo do vinho. O vinhedo é composto basicamente pelas uvas Malvasia, Cabernet Sauvignon e Tannat, e a elaboração do vinho ocorre somente com uvas produzidas no Paraná. A vinícola oferece serviço de e-commerce e visitas guiadas com degustação de três rótulos de vinhos (DEZEM, 2021).

Iniciativas em enoturismo mais recentes têm surgido em outras regiões do estado, como é o caso do Sudoeste e do Norte. Em Francisco Beltrão, a Vinícola Bettiatto, fundada pela família Bettiatto e Brocardo, imigrantes italianos vindos para o Brasil no final do século XIX, oferece visita guiada, degustação e venda de vinhos. No portfólio estão os espumantes Moscatel e Brut Rosé, vinhos finos Cabernet Sauvignon, Merlot, e Moscato, os vinhos de mesa secos e suaves da uva Bordô, Niágara e Rosé, e o suco de uva integral, feito com uvas Bordô selecionadas e cultivadas no sistema espaldeira (BETTIATTO, 2021).

Em Mariópolis, a Vinícola RH destaca-se na elaboração de espumantes pelo método Champenoise com uvas Chardonnay e Pinot Noir. A fabricação é em torno de 25 mil garrafas ano e já recebe pequenos grupos para visita guiada, degustação e venda dos espumantes (VINÍCOLA RH, 2021).

Na região Norte do estado, a Vinícola Casa Carnasciali, na Serra de Apucarana trabalha com uvas viníferas Chardonnay, Pinot Noir e Shiraz com sistema de dupla poda. Oferece serviços enogastronômicos com bistrô e wine bar. A paisagem da Serra de Apucarana é um complemento dos atrativos da vinícola (Vinícola Casa Carnasciali, 2023). Em Bandeirantes, a Vinícola La Dorni trouxe a arquitetura italiana em formato de castelo, inspirado na baixa Idade Média, para armazenar garrafas de vinho e receber os enoturistas. Em sua carta de vinhos encontram-se também o vinho sem álcool e o vinho canônico (Vinícola La Dorni, 2023).

Todavia, há outras regiões e vinícolas que produzem vinhos, em pequena ou grande escala, que não ofertavam serviços de enoturismo até o momento desta pesquisa. É possível que nos próximos anos, existindo incentivos adequados ao turismo do vinho, novas vinícolas venham a se somar às já existentes no segmento de enoturismo no Paraná.

2.8 Desafios e tendências na evolução do enoturismo

A coletânea publicada por Hall et al. (2004), considerados autores clássicos nesse tema, apresentou estudos de como o enoturismo seria caracterizado ou manifestado em suas áreas de estudo, na perspectiva de diferentes autores. Alguns apontamentos foram destacados por esses autores como o aumento do consumo de vinho, a importância e a necessidade dos cuidados com o meio ambiente, o fortalecimento das ligações com a gastronomia local e a integração com outros elementos temáticos como, por exemplo, o patrimônio cultural, trilhas, eventos especiais e alojamento compondo os serviços das vinícolas.

A trajetória evolutiva do enoturismo no mundo tem incorporado novas tendências e provocado a aceleração do crescimento das atividades enoturísticas, transformando uma simples visita em conjunto de novas experiências (PINA, 2010). O enoturismo configura-se como um tipo de turismo emergente na contemporaneidade e surge como uma via para dar dinamismo ao espaço rural (INACIO, 2008).

Rojas (2019), analisando diferentes publicações, identificou um conjunto de tendências que compõem a evolução do produto enoturismo. Entre elas, destaca-se a conservação da paisagem (*winescape*), a valorização de produtos locais, acessibilidade, uso de tecnologias e a necessidade de se trabalhar em redes de cooperação, em especial entre o setor público e privado. Segundo o mesmo autor, produtos inovadores e a oferta complementar em torno do ambiente vitícola têm conseguido criar sinergia para o desenvolvimento e o crescimento do setor.

Em estudo, Barbosa (2019) discorre sobre uma nova tendência para o enoturismo, associada à produção e ao comportamento do consumidor, que considera os processos sustentáveis em todo o sistema da vitivinicultura. O autor ressalta que a combinação vinho-turismo-sustentabilidade tem contribuído de maneira significativa para o crescimento de regiões produtoras e da atividade enoturística. É vista também como uma estratégia de vantagem competitiva para as vinícolas. A preocupação com fatores que envolvem o reaproveitamento da água, o manejo do solo, fontes alternativas de energia, o reaproveitamento de resíduos sólidos e produção orgânica podem ser importantes ferramentas de diferenciação para atrair a atenção de enoturistas mais conscientes e preocupados com as questões de sustentabilidade.

Nessa tendência, conforme Borsellino et al. (2016), a sustentabilidade ganha cada vez mais importância para a vitivinicultura, trazendo solidez, equidade social e viabilidade econômica. Na Figura 19, Barbosa (2019), amparado no estudo de Borsellino et al. (2016), apresentou as principais características de um vinhedo sustentável.

Figura 19- Vitivinicultura sustentável



Fonte: Barbosa, (2019, p. 44)

Outro estudo, entretanto, no viés da oferta, é encontrado no Manual Routledge de Enoturismo (2022), que abrange uma vasta investigação sobre as questões emergentes do enoturismo, entre elas as principais tendências para o segmento.

Yadav e Dixit (2022) apontam algumas dessas tendências: a) programas de aprendizagem experiencial com objetivo de atrair novos pesquisadores do vinho; b) colaboração inovadora, estabelecendo parcerias, interação com produtos de dois ou mais empreendimentos; c) clubes do vinho, um conceito inovador de venda de vinho, popular e de baixo custo; d) operadores de turismo de vinho, promoção e vendas de roteiros específicos de enoturismo; e) trilhas do vinho, envolvendo caminhadas e passeios pelos vinhedos e todos os aspectos experienciais com a paisagem vitícola; f) venda direta ao consumidor, e-commerce, fidelização; g) hotéis vínicos, ambientes

exclusivos para enoturistas, associa a contemplação da paisagem com aprendizado; h) aldeias vinícolas e museus do vinho; i) festivais e eventos do vinho.

Segundo os mesmos autores, outras tendências flutuantes como uso de plataformas interativas, suportes tecnológicos que aproximam o enoturista da experiência, passeios virtuais, vantagens exclusivas e toques personalizados tendem a ser os novos insights da experiência enoturística.

Para Pina (2010), o desafio colocado pelo desenvolvimento do enoturismo é que as regiões deverão obrigatoriamente “preservar a sua beleza, a sua identidade e o meio ambiente, condição “sine qua non” para serem consideradas destinos enoturísticos” (PINA, 2010, p.27).

Ademais, como destacado por Ramos e Santos (2021), para o futuro, o enoturismo tem de proporcionar a criação de experiências turísticas únicas e genuínas, que devem ser mais personalizadas e diferenciadas para atrair e fidelizar os enoturistas (RAMOS, SANTOS, 2021).

3 POLÍTICAS PÚBLICAS E O TURISMO

Esse estudo tem como foco a interseção entre agricultura e turismo, considerando as relações entre Estado, políticas públicas e a vitivinicultura que se unem ao segmento do enoturismo.

Como o objetivo do estudo é analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e do enoturismo no território paranaense, e a fim de expor as bases teóricas nas quais a pesquisa se sustenta para realizar sua investigação, o presente capítulo apresenta o conceito de política pública e seu aspecto organizacional. Além disso, analisa o papel das políticas públicas nacionais que influenciaram o desenvolvimento do turismo e o processo de formação do enoturismo brasileiro.

Inicialmente apresenta-se o conceito de políticas públicas, para posteriormente descrever as principais políticas públicas de turismo no Brasil, traçando uma perspectiva histórica desde o século XX até os dias atuais.

3.1 Políticas Públicas: origem, conceitos e efetividade

Antes de adentrar especificamente no campo das políticas públicas de turismo no Brasil, a fim de estabelecer uma certa conexão e um melhor entendimento do tema proposto, torna-se necessário traçar alguns conceitos e definições sobre as políticas públicas de modo geral.

É possível encontrar na literatura especializada inúmeros conceitos em relação à definição de política pública. Muitos desses conceitos diferem entre si, conforme a linha de pensamento crítico do autor. Entretanto, há um certo entendimento sobre a política pública ser um mecanismo com poder de interferir na estrutura social (OLIVEIRA, 2017).

Para alcançar esta compreensão de forma ampla e perceber qual é o papel que as políticas públicas exercem na sociedade, segundo Oliveira (2017), é fundamental que se “construa um paralelo entre o perfil técnico, político e burocrático, que caracteriza a elaboração e efetivação das mesmas, e a vasta gama de significados sociais e históricos, enraizados em uma complexidade de sentidos inerentes à própria ideia de política feita para atendimento de demanda do povo” (OLIVEIRA, 2017, p.160).

Entender a origem, a ontologia, como e por que surgiu, compreender a trajetória, as perspectivas, os desdobramentos, o processo de formulação, a implementação e avaliação, é essencial para sua práxis (TREVISAN e VAN BELLEN, 2000; SOUZA, 2002; MATIAS-PEREIRA, 2012). Para Souza (2006, p. 40), o “entendimento dos modelos e das teorias permite melhor compreender o problema para o qual a política pública foi desenhada, seus possíveis conflitos, a trajetória seguida e o papel dos indivíduos, grupos e instituições que estão envolvidos na decisão e que serão afetados pela política pública”.

Enquanto área de conhecimento, a política pública nasceu nos EUA com foco nos estudos sobre a ação dos governos, enquanto na Europa os estudos se concentravam, sobretudo, na análise do papel do Estado e suas instituições (SOUZA, 2006). Para Secchi (2017), uma política pública é uma diretriz para enfrentar um problema público. Ainda segundo esse mesmo autor, o estabelecimento de uma “política pública é o tratamento ou a resolução de um problema entendido como coletivamente relevante” (SECCHI, 2017, p. 02).

As políticas públicas são consideradas como um campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" ou analisar essa ação e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações para produzir resultados ou mudanças no mundo real. Podem ser tratadas como um conjunto de ações implementadas pelo Estado e assumem, em geral, uma visão holística do tema, uma perspectiva de que o todo é mais importante do que a soma das partes e que indivíduos, instituições, interações, ideologia e interesses contam, mesmo existindo diferenças sobre a importância relativa destes fatores (SOUZA, 2006).

É, portanto, um campo multidisciplinar, e seu foco está nas explicações sobre a natureza da política pública e seus processos e apresenta inter-relações entre Estado, política, economia e sociedade (MARQUES e FARIA, 2013; SOUZA, 2006). Conforme menciona Hall (2004, p. 101), “a política pública é influenciada por características econômicas, sociais e culturais da sociedade, assim como pelas estruturas formais do governo e outras características do sistema político”.

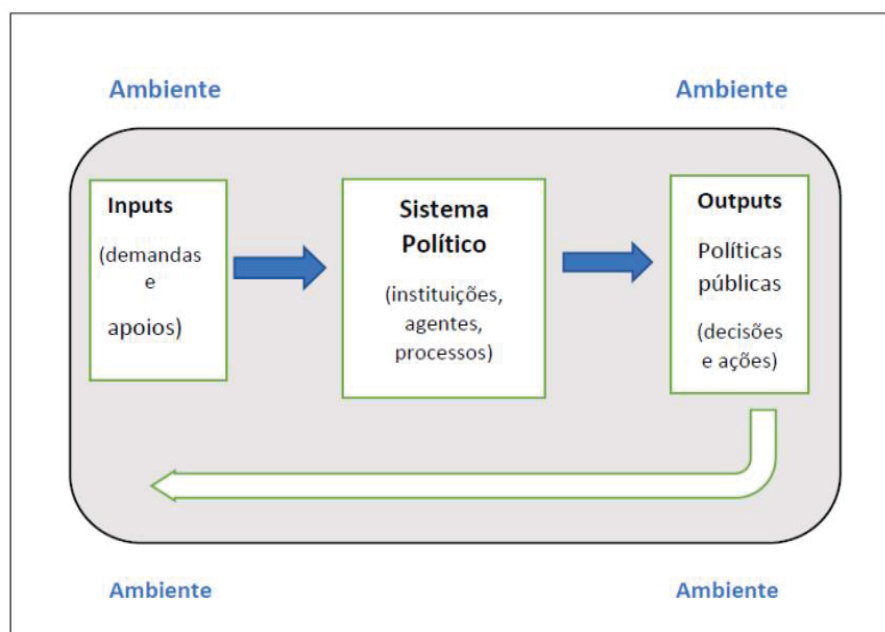
Easton (1968) contribuiu para este debate ao definir política pública como um sistema, ou seja, como uma relação entre formulação, resultados e o ambiente. O modelo sistêmico evidenciou a lógica input-output, em que procura explicar como as políticas públicas recebem inputs dos partidos, da mídia e dos grupos de interesse,

que influenciam seus resultados e efeitos (outputs), havendo um processo de retroalimentação (feedback).

Schimit (2018) resume e representa (conforme Figura 20) a concepção sistêmica de Easton da seguinte forma: a) os inputs são as demandas e apoios provenientes do ambiente social; b) o sistema político (instituições, agentes) processa esses inputs; c) os outputs são as políticas públicas adotadas, na forma de decisões e ações; d) há um processo de retroalimentação entre inputs e outputs.

A lógica input-output é compatível com diferentes enfoques teóricos e abordagens metodológicas. Entre suas fortalezas está o reconhecimento de que as políticas não são decisões arbitrárias ou repentinas de governantes, que sua origem (na maior parte das vezes) não está no interior do Estado e nos meandros burocráticos, e que as respostas estão intimamente associadas ao contexto sócio-histórico ao qual pertence o Estado (SCHIMIT, 2018, p. 123).

Figura 20- A lógica input-output nas políticas públicas (David Easton)



Fonte: Schimit, (2018).

Já Nogueira e Di Giovanni (2015, p.95) argumentam que políticas públicas seriam “intervenções planejadas do poder público com a finalidade de resolver situações sociais problemáticas”. Para Hall e Jenkins (2004), a elaboração de políticas públicas é, antes de tudo, uma atividade política e essas são influenciadas por características econômicas, sociais e culturais da sociedade, assim como pelas estruturas formais de governos e outros aspectos do sistema político. Portanto, para

uma política ser considerada pública deve ter “passado pela validação dos órgãos públicos, por um processo que a autoriza ou ratifica - mesmo que de forma pontual” (HALL e JENKINS, 1995 apud HALL, 2004, p.26).

Souza (2006), em sua revisão de literatura sobre o tema, destaca que a temática sobre políticas públicas ganhou visibilidade devido a fatores como a adoção de políticas restritivas de gasto; substituição das políticas keynesianas do pós-guerra por políticas com ajustes fiscais e orçamentos equilibrados; e necessidade dos países em desenvolvimento, principalmente da América Latina, em formar coalizões políticas capazes de promover o desenvolvimento e a inclusão social da população.

Di Giovanni (2009) corrobora esta concepção, avaliando que a presença constante da expressão “políticas públicas” no vocabulário contemporâneo deve-se a quatro fatores históricos: fator de natureza macroeconômica (políticas keynesianas); fator de natureza geopolítica (bipolarização entre os blocos capitalista e socialista, novos pactos nas relações entre capital e trabalho, constituição dos sistemas de proteção social); fator de natureza política (consolidação das democracias ocidentais e ampliação dos campos de representação política); fator de natureza cultural e sociológica (pluralidade de atores, processos decisórios partilhados).

Para Matias-Pereira, (2012) o interesse pela área de políticas públicas no âmbito da sociedade brasileira está aumentando de forma significativa, à medida que cresce o envolvimento e o nível de conscientização da população sobre os efeitos dessas políticas na vida do cidadão.

Saravia (2006), amparado nas definições dos dicionários de ciência política, destaca em comum quatro componentes: a) institucional: a política é elaborada ou decidida por autoridade formal legalmente constituída no âmbito da sua competência e é coletivamente vinculante; b) decisório: a política é um conjunto-sequência de decisões, relativo à escolha de fins ou meios, de longo ou curto alcance, em uma situação específica e como resposta a problemas e necessidades; c) comportamental, implica ação ou inação, fazer ou não fazer nada; mas uma política é, acima de tudo, um curso de ação e não apenas uma decisão singular; d) causal: são os produtos de ações que têm efeitos no sistema político e social.

Sobre a construção de políticas públicas, Souza (2002) mapeou os principais pontos que permeiam essa construção e criou o que chamou de modelo descritivo operacional para formulação dessas políticas. O Quadro 08 apresenta, segundo a

mesma autora, os principais elementos que devem ser observados para formulação e execução de políticas públicas.

Quadro 8- Modelo descritivo operacional para formulação de políticas públicas

Elemento	Descrição
Objeto	Identificar com clareza os objetivos da política pública.
Temporal	Adotar visão de longo prazo, baseada em indicadores e em trabalhos analíticos sobre a política pública.
Escala	Considerar contextos locais, nacionais e internacionais.
Inovação/criatividade	Questionar visões tradicionais e testar novas ideias/propostas.
Evidência	Utilizar dados de diversas fontes.
Alternativas	Analisar as diversas alternativas para enfrentar o problema que a política pública visa solucionar, argumentando porque a alternativa proposta é superior às demais.
Custos	Calcular os custos da alternativa escolhida.
Inclusão	Considerar o impacto sobre as demandas/necessidades dos que serão diretas ou indiretamente afetados pela política pública
Fatores internos	Considerar as capacidades institucionais, operacionais e financeiras do governo e a inserção da política no planejamento estratégico do governo.
Fatores externos	Considerar questões éticas, jurídicas e as restrições impostas pelas coalizões políticas que apoiam o governo.
Aprendizado	Analisar outras experiências similares.
Vetos e apoios	Identificar os principais “ganhadores” e “perdedores” e envolver os principais <i>stakeholders</i> no estágio inicial da formulação.
Arenas decisórias	Identificar, pelo tipo de política pública, as arenas decisórias onde os conflitos serão desenvolvidos.
Políticas prévias	Analisar os principais resultados, problemas e potencialidades de políticas anteriormente adotadas com objetivos semelhantes ao da nova política.
Policy Community	Identificar <i>policy communities</i> (comunidade de especialistas) que apoiam a política pública.
Consciência coletiva	Construir consciência coletiva sobre a importância da política pública, juntamente com uma <i>policy image</i> sobre suas vantagens.
Redes sociais	Mapear as redes de relações existentes entre o governo, grupos de interesse, comunidade de especialistas e burocracia.
Incentivos	Modelar um sistema de incentivos seletivos (sanções e recompensas) para sistemas, órgãos e participantes da política pública.
Controle	Montar mecanismos que minimizem a captura da política pública por interesses particularistas.
Regras	Identificar as regras formais e informais das instituições políticas, sociais e governamentais que podem influenciar positiva ou negativamente a política pública.

Fonte: Souza (2002, p. 17)

Para Oliveira (2017, p.162) a política pública precisa de uma ação rápida e efetiva enquanto resposta a uma demanda social cujo efeito está modificando a realidade. Para que as políticas públicas se constituam em “agentes de transformação da realidade, a distribuição de poder nesta sociedade deve ser levada em conta”.

Oliveira (2017) defende ainda que o governo não é o único agente determinante na formulação e aplicação das políticas, e que existe uma relação influente entre a gama de atores internos e externos e a posição gerencial do Estado enquanto formulador das políticas.

Nesse sentido, Secchi (2017) destaca duas diferentes abordagens defendidas por autores e pesquisadores. A abordagem estatista ou estadocêntrica (*state-centered policy-making*), que considera as políticas públicas como um monopólio de atores estatais, e o que determina se uma política é ou não pública é a personalidade jurídica do ator protagonista. Outra abordagem é a multicêntrica ou policêntrica, que considera organizações privadas, organizações não governamentais, organismos multilaterais, redes de políticas públicas (*policy networks*), juntamente com os atores estatais, protagonistas no estabelecimento das políticas públicas.

Quanto às vertentes analíticas das políticas públicas, conforme sustentado por John (1999) e apresentado por Matias-Pereira (2012), existem cinco grandes vertentes analíticas na subárea das políticas públicas, que são: a institucional; a interessada em perceber as formas de atuação e o impacto dos grupos e das redes; as abordagens que dão ênfase aos condicionantes sociais e econômicos no processo de produção de políticas; a teoria da escolha racional; e as abordagens que destacam o papel das ideias e do conhecimento.

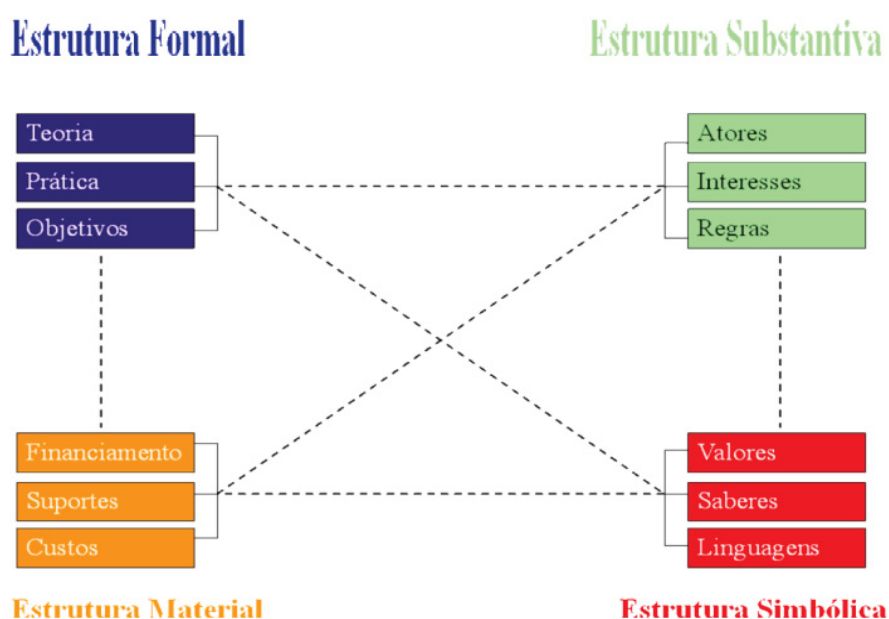
Nesse cenário, Matias-Pereira (2012) considera ainda três correntes teóricas da literatura contemporânea que se ocupam do tema políticas públicas: o pluralismo, o neocorporativismo e o neoinstitucionalismo, direcionando os seus esforços e questionamentos para as relações entre Estado e sociedade, para a orientação axial da produção das políticas, e para a possibilidade dos arranjos institucionais em torno de interesses e dos mecanismos que legitimam e sustentam as políticas.

Ainda segundo Matias-Pereira (2012), as políticas públicas efetivam-se em um contexto de relações bastante complexas e conflituosas entre Estado, sociedade e demais atores, e faz-se necessário manter o conflito dentro de limites toleráveis para que sociedade possa sobreviver e progredir.

Di Giovanni (2009) defende que política pública pressupõe democracia, considerando que é uma forma contemporânea de exercício do poder nas sociedades democráticas, resultante de uma complexa interação entre o Estado e a sociedade, que demanda para sua construção uma coexistência e independência dos poderes, vigência dos direitos de cidadania e uma capacidade coletiva de formulação de agendas públicas.

O mesmo autor apresenta, baseado na tradição weberiana, as “estruturas elementares” da política pública, sugerindo um “constante movimento da razão que transita ininterruptamente entre a observação histórica e a construção teórica” (DI GIOVANNI, 2009, p. 11). Di Giovanni identifica quatro estruturas elementares, a partir de quatro diferentes ângulos de observação, (Figura 21).

Figura 21- Estrutura elementar



Fonte: Di Giovanni (2009. p.11)

Como estrutura formal, Di Giovanni (2009) destaca a forma da política, aspectos da intervenção pública, as relações entre teoria, prática e resultados, condensando informações, conteúdos técnicos, políticos, culturais e ideológicos envolvidos na proposta das políticas. Na estrutura substantiva, revela os agentes sociais, atores, grupos de instituições envolvidos e interessados na formulação ou implementação da política pública, pautado por um conjunto de regras. A estrutura

material refere-se aos aspectos econômicos, à exequibilidade e à sustentação financeira para a viabilidade da intervenção. E por fim, a estrutura simbólica revela as relações entre expressão cultural, valores e saberes.

3.2 Políticas públicas de turismo no Brasil

Para entender as decisões relacionadas ao setor turístico em diversos níveis, é importante compreender o contexto político no qual elas se inserem, uma vez que, conforme menciona Beni (2006, p. 9) em relação ao turismo, “conhecer a história recente do Brasil, seus desafios, possibilidades, erros e acertos é essencial para analisar o presente e o futuro desse campo ainda tão pleno de potencial”.

No ambiente do turismo, as narrativas sobre o papel das políticas públicas têm sido abordadas em diferentes estudos e publicações, com foco na literatura especializada (LIMA, IRVING, OLIVEIRA, 2022). Considerado como um setor promissor, capaz de proporcionar desenvolvimento, o turismo subsidia benefícios expressivos à sociedade em geral e demanda ações planejadas e políticas públicas estruturantes para seu desenvolvimento e evolução (GALDINO; COSTA, 2011).

O turismo representa um fenômeno contemporâneo complexo, e apesar de transitar em diferentes dimensões como a econômica, política, social e ambiental, os estudos e as próprias políticas públicas de turismo são desenvolvidos prioritariamente com viés econômico e por vezes estão dissociadas de outras políticas setoriais (IRVING; LIMA; NASRI, 2022).

Para Trentin (2016, p. 646), “uma política turística é o modo pelo qual se estabelecem normas e procedimentos intencionalmente coerentes, articulando e relacionando o que é o turismo naquele contexto, quais os dilemas e como enfrentá-los para fomentar o turismo”.

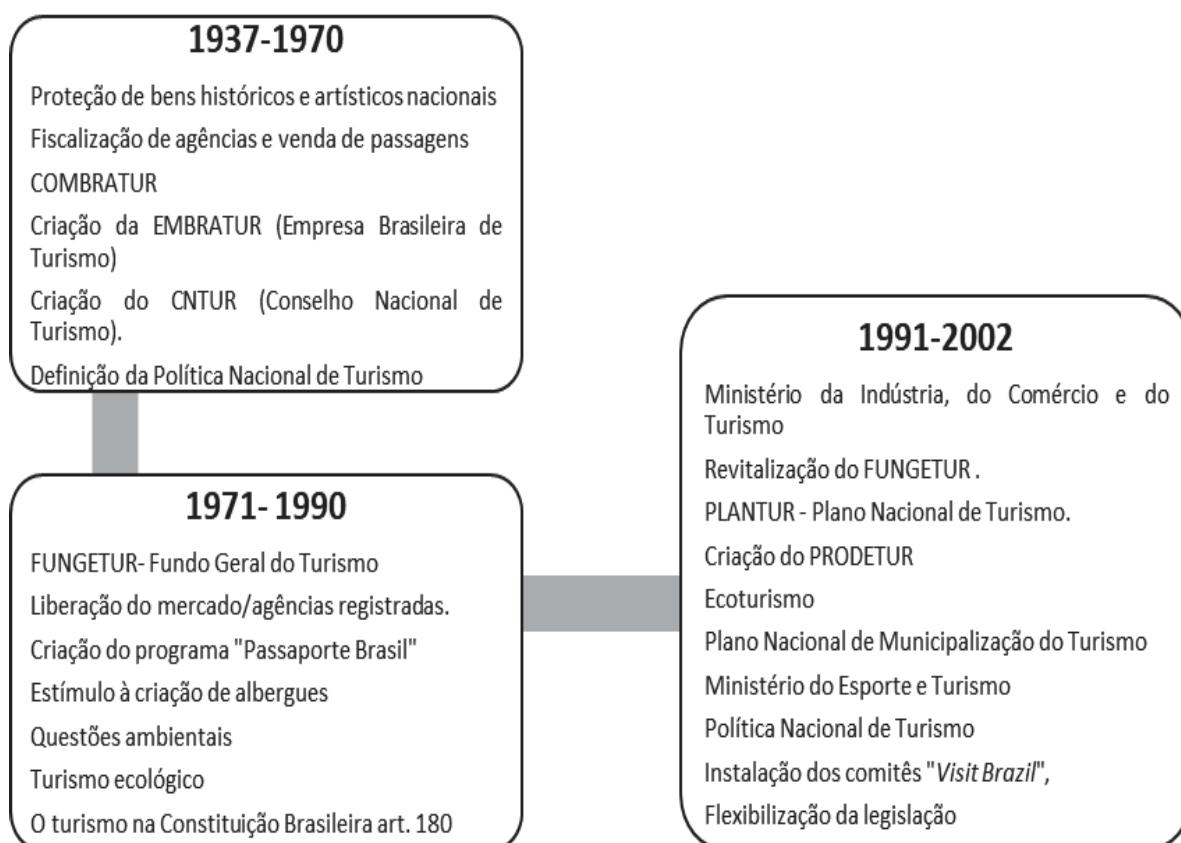
No Brasil, considerando que a atividade turística encontra-se em expansão, ainda assim, em que pesem os avanços conquistados na agenda governamental nos últimos anos, os processos e repercussões que norteiam as políticas de turismo são pouco conhecidos (PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017).

Entretanto, é possível perceber movimentos que caracterizam a consolidação de medidas potencialmente importantes para a evolução das políticas públicas de turismo no Brasil. Entre eles, está a criação do Ministério do Turismo (MTur), no ano de 2003, considerado um marco dos investimentos na organização e administração

da atividade turística no país (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013). Porém, ainda segundo os mesmos autores, as “estratégias que norteiam a gestão da atividade turística no Brasil percorreram um longo e demorado caminho até chegarem à atual conjuntura” (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013, p. 05).

Como objeto deste estudo, a pesquisa centrou-se em analisar as principais políticas públicas de turismo implementadas neste século, efetivadas mais especificamente de 2003 a 2023. Entretanto, para uma melhor compreensão da trajetória evolutiva que relaciona as políticas públicas com o turismo sob a égide das intervenções governamentais, é apresentado na Figura 22, a partir de Beni (2006), um breve descritivo temporal dos principais marcos da intervenção governamental no turismo que regulamentam a atividade, assim como um panorama com as principais políticas públicas adotadas.

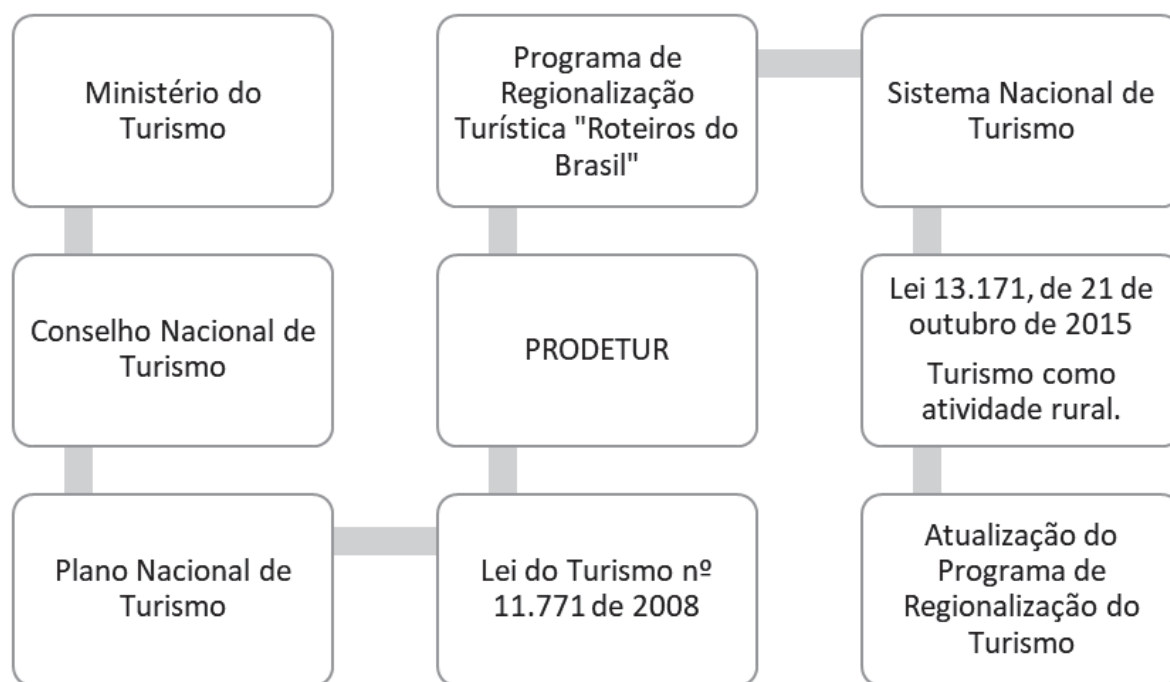
Figura 22- Vinculação institucional e marcos da intervenção governamental no turismo



Fonte: Elaboração própria adaptado de Beni, 2006, p. 19-21

Com a criação de um ministério específico para o turismo em 2003, novas diretrizes e políticas foram criadas para alavancar a atividade turística brasileira, (Figura 23).

Figura 23- Marcos da intervenção governamental no turismo de 2003 a 2022



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Beni (2006); Tonini (2007); Brasil (2022).

Na cronologia apresentada das iniciativas de intervenção e legislação sobre a atividade de turismo no Brasil de 1937 até 2023, é possível perceber muitas mudanças de leis e de instituições que operam na gestão do turismo. No entanto, parece haver um claro apelo que as esferas federais, estaduais e municipais caminhassem concomitantemente nas intervenções para efetivar as políticas e torná-las usuais (CONCEIÇÃO, 2018).

Segundo Fino e Matheus (2010),

as primeiras políticas públicas relacionadas ao turismo estiveram preocupadas apenas com a regulamentação de algumas partes deste setor, basicamente sobre a venda de passagens e o funcionamento das agências de viagens e turismo, não compreendendo sua complexa totalidade, sem realizar, desta forma, ações efetivas de desenvolvimento (FINO; MATHEUS, 2010, p. 4).

Na revisão da história evolutiva das políticas públicas de turismo no Brasil, Fratucci (2008) define dois períodos distintos nos processos de institucionalização: o primeiro a partir de 1966 até 1986, quando o país passa a estabelecer algumas diretrizes políticas para o setor, mesmo que forma desarticulada entre os projetos e programas estabelecidos; o segundo, a partir de 1994, caracterizado pela descentralização, com mudanças estruturais e institucionais significativas no sistema turístico nacional e com foco na demanda do mercado. Fratucci (2008) chama o espaço entre 1986 e 1994 de “período de transição” em que o modelo neoliberal foi a opção adotada para as políticas públicas brasileiras, sendo recomendado pela OMT como o mais adequado para o setor turístico mundial.

A COMBRATUR foi um marco para o turismo brasileiro, pois pela primeira vez o poder público fazia referências a uma política nacional de turismo, ao aprovar o regimento através do Decreto nº 48.126, de 19 de abril de 1960, que tinha como atribuições a coordenação, a supervisão, a promoção e o inventário dos atrativos turísticos do país (CRUZ, 2000 apud TONINI 2007, p.75). Destacam-se ainda a partir dos anos de 1990, o Plano de Municipalização do Turismo (PNMT) e a partir de 2003 o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que suscitou o debate entre o governo, academia, iniciativa privada e sociedade. O PRT constitui-se um marco na gestão do turismo nas duas primeiras décadas do século 21.

Para Tonini, Lavandoski e Barretto (2011), o Estado possui diferentes formas de atuação junto à sociedade. Para legalizar suas ações, a administração pública toma decisões em âmbito federal, estadual, municipal ou, ainda, regional. Estas “ações refletem em políticas públicas, que possuem algum objetivo final” (TONINI, LAVANDORSKI; BARRETTO, 2011, p. 830). Em particular para o turismo, as políticas públicas são instrumentos utilizados pelos governos para formalizar suas ações, normatizar e comunicar suas atividades (PINTO, 2017).

3.2.1 A governança do turismo como um processo de política pública

Velasco (2016) indica quatro questões de relevância ao se trabalhar sobre o que os governos fazem em relação ao turismo. A primeira é sobre a governança do turismo, o que os governos podem ou decidem fazer no turismo em termos políticos; a segunda são os objetivos e instrumentos utilizados para a implementação de uma política pública de turismo; a terceira está relacionada à gestão pública, que princípios

e técnicas de gestão são utilizados pela administração pública para implementar as ações; e a quarta questão diz respeito às práticas e processos de planejamento conduzidos por atores públicos.

Os debates acerca do tema governança suscitaram inúmeras investigações em torno das articulações entre o poder público e a iniciativa privada (OLIVEIRA et al., 2022). A projeção dos planos e programas de turismo, com ênfase ao PNMT e o PRT, reforçam a perspectiva de descentralização do poder público no planejamento e gestão dos produtos e destinos turísticos (MARTINS; VILLAR, 2022).

O conceito de governança passou a caracterizar novas possibilidades reflexivas, incorporando os interesses da sociedade e do setor privado (OLIVEIRA et al., 2022). Ele surgiu, segundo Mediotte (2020), no campo da administração, da necessidade por respostas frente aos dilemas entre o poder público e a implicação na execução dos serviços aos cidadãos.

Trentin (2017) define governança como:

(...) um conceito aberto que tem aglutinado ideias que compreendem a participação e a partilha do poder, a integração multinível, a diversidade e a descentralização, a deliberação, além de formas flexíveis que permitem a experimentação e a criação do conhecimento com uma forma diferenciada de exercer a autonomia e a autoridade, se aproximando da articulação social em redes de cooperação e interação (TRENTIN, 2017, p 8).

Já Hall (2011) destaca que a governança é um conceito chave nas políticas públicas e identifica quatro modelos de governança: hierarquias (aborda questões de regulamentação/legislação e relações entre os atores públicos e privados); mercados (foco na articulação com o setor privado); redes (parcerias entre agentes públicos e privados); e comunidades (gestão participativa).

Trentin (2017) considera que embora não haja um consenso sobre a definição de governança, há algumas convergências que envolvem compartilhamento de poder, integração multinível, diversidade e descentralização, deliberação, flexibilidade e reversibilidade, experimentação e conhecimento, criação, autonomia e autoridade, redes e interdependência, cooperação e interação (TRENTIN, 2017).

Para Oliveira et al. (2022), a governança pode ser conceituada conforme os contextos em que se implementa e defendem que a governança tem um papel estratégico na dinamização dos processos de inovação e formulação das políticas de

turismo. Em um estudo recente, Oliveira et al. (2022) abordaram o processo da governança turística com base nas visões de ex-ministros do turismo do Brasil, a partir de um recorte temporal anterior e posterior à criação do Ministério do Turismo (MTur).

Neste estudo, destaca-se que o conceito de governança, caracterizado por descentralização de poder, gestão democrática e participativa, passou a caracterizar a inovação nas possibilidades de desenvolvimento das destinações turísticas. Todavia, o estudo também identificou lacunas sobre as ações dos atores envolvidos nos processos de estruturação das políticas públicas, como a descontinuidade em projetos do setor e influências negativas nos processos de desenvolvimento dos destinos (OLIVEIRA et al., (2022).

3.2.2 Plano Nacional de Municipalização do Turismo

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT - implantado no Brasil entre 1994 e 2001, foi institucionalizado pela Portaria n.º 130 do MICT de 30 de março de 1994, estruturado no âmbito da Secretaria Nacional de Turismo e Serviços do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MICT), tendo a Embratur como responsável pela sua execução.

O PNMT foi criado com o propósito de implementar um novo modelo de gestão da atividade turística, integrado aos municípios, de forma participativa e valorizando as especificidades locais e regionais dos municípios (FINO; MATHEUS, 2010). Previa uma abordagem comunitária participativa por meio de iniciativas de caráter endógeno, formação de Conselhos e Planos de Turismo, cooperação entre os diferentes níveis de governo, em uma perspectiva de dinamizar as oportunidades de trabalho, emprego, renda e de desenvolvimento sustentável (BRUSADIN, 2005; BRASIL, 2007).

O PNMT teve como objetivo “fomentar o desenvolvimento turístico sustentável nos municípios, com base na sustentabilidade econômica, social, ambiental, cultural e política”, visando a descentralização do planejamento turístico por meio de metodologia com enfoque participativo, dotando os representantes municipais de capacidade técnica para a gestão do turismo no território municipal (EMBRATUR, 1999: 11 apud TRENTIN, 2016, p. 648). A estrutura do PNMT estava amparada em

cinco princípios: descentralização; sustentabilidade; parcerias; mobilização; e capacitação (BRASIL, 2007).

A metodologia de planejamento que o Programa propunha foi adaptada da metodologia ZOPP, em parceria com a Agência de Cooperação Alemã (GTZ). O método propõe a construção coletiva do conhecimento a partir da realidade individual, com enfoque participativo, em projetos técnicos de cooperação e ênfase em moderadores de grupos de trabalho (CENSON, 2022; BRASIL, 2007; BRUSADIN, 2005).

Como atribuições, os municípios tinham que: preencher o Relatório de Informações Turísticas (Rintur); dar treinamento a novos agentes multiplicadores; fazer a conscientização da comunidade local; formar um Conselho Municipal de Turismo; criar um Fundo Municipal de Turismo; elaborar e implementar um Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal (BRUSADIN, 2005).

Segundo Galdino e Costa (2011, p. 15), o PNMT “proporcionou maior visibilidade turística do País, propiciando um crescimento considerável aos municípios que adotaram sua prática, inúmeros benefícios gerados às localidades, não somente em escala quantitativa, mas também qualitativa”. O PNMT transformou-se em um movimento nacional capaz de mobilizar agentes, atuar e promover mudanças, unir pessoas e instituições e produzir resultados (BRASIL, 2007).

Entretanto, como seu foco territorial era o município, as experiências bem-sucedidas muitas vezes permaneciam circunscritas às localidades ou microrregiões, não se disseminando em regiões vizinhas (CERQUEIRA, 2009 apud BANTIM; FRATUCCI, 2019; BRASIL, 2007).

Para Trentin e Fratucci (2011), uma das principais dificuldades para a continuidade do processo de municipalização da gestão do turismo era a sua escala de atuação:

O PNMT impunha a escala municipal para as suas ações, considerando que os limites político-administrativos dos municípios brasileiros seriam o recorte territorial mais adequado para a definição e implantação das políticas de desenvolvimento do setor. No decorrer do processo, essa escala de atuação revelou-se equivocada na medida em que o turismo, tanto do ponto de vista do fenômeno socioespacial quanto da atividade econômica, não se restringe às fronteiras municipais. O próprio processo de implantação PNMT despertou nos gestores municipais a percepção de que teriam maiores chances de sucesso se trabalhassem em conjunto com seus municípios vizinhos. Em função disso, começaram a surgir os primeiros movimentos direcionados para a construção de conselhos e consórcios regionais de turismo, como nos casos dos municípios da Serra Gaúcha (Rio Grande do Sul) e da região das

Agulhas Negras (Rio de Janeiro); esses movimentos inicialmente espontâneos foram absorvidos pelo governo seguinte, por meio do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) (TRENTIN e FRATUCCI, 2011, p. 845).

Observou-se, ainda, algumas fragilidades nas organizações sociais causadas pelo baixo envolvimento dos atores locais da comunidade, a falta de estrutura educacional e de sustentabilidade técnica das experiências (BRASIL, 2007).

3.2.3 Programa de Regionalização do Turismo - PRT

Com a estruturação do Ministério do Turismo e a redefinição das funções da EMBRATUR no início do primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2003, que tinha como foco a diminuição das desigualdades regionais, o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 propôs uma visão de futuro que previa o turismo no Brasil estruturado de forma diversificada tanto cultural como geograficamente (TRENTIN; FRATUCCI, 2011).

Sendo assim, a partir de recomendações da Organização Mundial do Turismo, em 2003 o Ministério do Turismo adotou uma política focada no desenvolvimento regional, estabelecendo maior protagonismo aos estados brasileiros. O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004 - constituiu-se em uma política pública, em âmbito territorial, a partir do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, que determinou como macro programa estruturante a Estruturação e Diversificação da Oferta Turística (BRASIL, 2013).

Os objetivos e as diretrizes do PRT consideram o viés econômico e social em sua prática e incluem em suas estratégias a gestão coordenada e o planejamento participativo, prevendo o envolvimento da iniciativa privada e da comunidade no processo (TRENTIN, 2016).

A premissa do Programa, considerada estratégica para a consecução da Política Nacional de Turismo, teve como principais ações apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no país, de forma integrada, interativa e participativa entre o MTUR, estados, regiões e municípios brasileiros, de forma descentralizada e regionalizada (BRASIL, 2013). Nesse sentido, a desconcentração da oferta turística brasileira recebeu estímulos para a inclusão de novos destinos e a interiorização das atividades, sendo que 65 destinos com capacidade de induzir o

desenvolvimento foram selecionados para serem trabalhados (TRENTIN; FRATUCCI, 2011).

Segundo o MTur (2007),

os destinos indutores de desenvolvimento são aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos, isto é, são aqueles capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que está inserido.” (BRASIL, 2007, p.3 apud TRENTIN; FRATUCCI, 2011, p. 843).

Para o Ministério do Turismo, as questões relacionadas à descentralização da gestão e à participação são “resultantes da pressão social gerada pelos conflitos entre grupos da sociedade” e, por isso, a melhor forma de atuação da instância é a cooperação. Para tanto, indica que a cooperação “torna-se condição essencial para uma atuação conjunta, na qual poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino compartilham a escolha de prioridades e a participação na tomada de decisões” (BRASIL, 2007c, p.15 apud BANTIM; FRATUCCI, 2019).

Para tanto, o PRT recomendou a instituição de instâncias de Governança Regional (IGRs), compostas por representantes do poder público, da iniciativa privada, do terceiro setor e da comunidade com vistas a fomentar o desenvolvimento regional do turismo. As instâncias de governança deveriam elaborar e implementar um plano estratégico de desenvolvimento regional do turismo e instituir um sistema de informação turística bem como a roteirização, a promoção e o apoio à comercialização do produto turístico com um monitoramento constante das ações (VELASCO; TRENTIN, 2014).

Em 2013, o Programa de Regionalização do Turismo passou por uma reformulação, tendo novas diretrizes instituídas pela Portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013, apresentando-se como um eixo norteador nacional e tendo como propósito a interação das ações com os demais programas e setores que conformam a gestão descentralizada do turismo (BRASIL, 2013).

Já em 2021, a Portaria MTUR Nº 41, de 24 de novembro de 2021 ratificou o Programa de Regionalização do Turismo, instituído pela Portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013, mantendo seu objetivo central que é promover a convergência e a articulação das ações do Ministério do Turismo e do conjunto das políticas públicas setoriais e locais, tendo como foco a gestão, a estruturação e a promoção do turismo no Brasil, de forma regionalizada e descentralizada, alinhadas aos princípios da

Política Nacional de Turismo, estabelecidos pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (BRASIL, 2021).

Os eixos de atuação, as estratégias de implementação, assim como o alicerce do programa amparado na gestão compartilhada, descentralizada, coordenada e integrada, pouco mudaram com relação ao início do programa em 2003. A gestão compartilhada está estruturada em níveis de atuação, conforme mostra o Quadro 09.

Quadro 9- Estrutura da gestão compartilhada

Âmbito	Instituição	Colegiado	Executivo
Nacional	Ministério do Turismo	Conselho Nacional	Coordenação-Geral de Áreas Estratégicas para o Desenvolvimento Turístico
Estadual	Órgão Oficial de Turismo da UF	Conselho Fórum Estadual	Interlocutor Estadual
Regional	Instância de Governança Regional	Instância de Governança Regional	Interlocutor Regional
Municipal	Órgão Oficial de Turismo do Município	Conselho/Fórum Municipal	Interlocutor Municipal

Fonte: Brasil, (2021)

O Programa de Regionalização instituiu também o Mapa do Turismo Brasileiro, que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas e define o recorte territorial que deve ser trabalhado prioritariamente pelo Ministério. Após a atualização do Mapa Brasileiro do Turismo 2019, a Portaria MTUR Nº 41 de novembro de 2021 prevê que a atualização poderá ser realizada a qualquer tempo, desde que atendidos os critérios, as orientações, os compromissos e os procedimentos dispostos na portaria (MTur, 2022). Até a aprovação da Portaria MTUR Nº 41, de 24 de novembro de 2021, o Mapa era atualizado bienalmente, e sua última versão, de 2019, conta com 2.694 municípios, divididos em 333 regiões turísticas (BRASIL, 2022).

Os municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro foram indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir de critérios construídos com o Ministério do Turismo. Quanto à

categorização, os municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro estão agrupados em cinco diferentes categorias definidas como A, B, C, D e E, conforme resultado obtido pela metodologia de análise de agrupamentos que utiliza variáveis relacionadas à economia do turismo, a saber: I - Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS); II - Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS); III - Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos (fonte: Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE); IV - Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais (fonte: Estudo de Demanda Internacional - MTur/FIPE); e V - Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem (fonte: Secretaria de Receita Federal/ME) (BRASIL, 2021).

As ações do Programa de Regionalização do Turismo possuem caráter transversal, que estimulam a participação ativa da sociedade na construção de uma política estruturante para o turismo brasileiro, assim como articulações entre entidades que compõem o Sistema Nacional de Turismo buscam interagir para consolidar as estratégias do programa (BRASIL, 2022).

Percebe-se que desde 2003, quando da criação do Ministério do Turismo, a regionalização do turismo foi adotada como uma diretriz e tem estado presente em todos os planos de turismo, ganhando força nas políticas públicas de desenvolvimento do setor. O governo federal, ao descentralizar o controle sobre as políticas públicas - nesse caso, ao criar o processo de regionalização – fortaleceu a participação de diferentes atores e estimulou a participação da comunidade na tomada de decisões, conforme destacado por Dias e Matos (2012. p. 160), citados por Silva; Costa; Carvalho (2013):

A participação das comunidades em assuntos que lhe dizem respeito é uma parte essencial do desenvolvimento humano como um todo. Nesse sentido é que podemos afirmar que a participação é uma parte essencial no desenvolvimento das sociedades humanas (DIAS; MATOS, 2012, p.160 apud SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013).

Na sua origem, a regionalização teve forte influência da OMT, em que a tendência era trabalhar o turismo por meio de regiões, com a valorização dos municípios, que poderiam trabalhar e crescer conjuntamente, agregando valor ao potencial turístico existente (BRASIL, 2010, p. 42). A concepção tinha como foco fazer um turismo de todos e para todos, com uma oferta turística ordenada e qualificada.

Segundo o Ministério do Turismo, o grande desafio do Programa de Regionalização era aperfeiçoar a dinâmica do turismo nas regiões turísticas brasileiras, priorizando as características comuns, e não apenas a situação geográfica e a divisão política, e fortalecendo as interrelações entre os atores da atividade: setor público, iniciativa privada e terceiro setor (BRASIL, 2010).

Em 2010, o Ministério do Turismo realizou uma avaliação do programa, utilizando uma Matriz de Avaliação, que considerou como dimensões: 1) o Desenvolvimento do Turismo na Região Turística; 2) Estruturação de Produtos Turístico; 3) Gestão Compartilhada do Turismo na Região; 4) Implementação da estratégia do Programa de Regionalização do Turismo. Considerou também diversas variáveis específicas e aplicou perguntas críticas aos membros da Câmara Temática de Regionalização e aos interlocutores estaduais do Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2010).

A avaliação considerou os aspectos positivos, negativos e os avanços conquistados pelo programa de regionalização do turismo. Entre os principais pontos positivos estão: processo de gestão compartilhada; melhoria das condições de parceria; foco no mercado; estratégias de apoio (Salão do Turismo); apoio financeiro; valorização da produção associada e visualização de resultados (BRASIL, 2010).

Em relação aos aspectos negativos, destacam-se: mapeamento inicial das regiões turísticas; não reconhecimento das regiões turísticas interestaduais; não consideração da diversidade de condições entre os estados, acarretando uniformidade de orientações; falhas na divulgação, no monitoramento e na avaliação do Programa; desnivelada gestão dos destinos; baixa valorização do trabalhador do turismo; baixa articulação das câmaras temáticas e descontinuidade de iniciativas pontuais; descontinuidade de gestão nos âmbitos municipal, regional e estadual; desarticulação interna do MTur; escassez de recursos financeiros para implementação do Programa; desarticulação dos destinos indutores com as regiões turísticas e instâncias de governança regionais; fluxo de comunicação do MTur que desconsidera os interlocutores e as instâncias regionais; falta de integração dos interlocutores; pouca participação dos atores sociais e falta de envolvimento da iniciativa privada nas instâncias de governança regional (BRASIL, 2010).

Os avanços atingidos pelo Programa de Regionalização identificados pelos conselheiros e interlocutores estaduais foram: fortalecimento do processo de construção participativa; ampliação da descentralização; valorização dos profissionais

que atuam na atividade turística; convergência de esforços para um mesmo território; realização do Salão do Turismo; melhoria da governança nas regiões; melhoria do capital humano; maior destinação de recursos financeiros de emendas parlamentares para o turismo e aumento do fluxo interno de turistas (BRASIL, 2010). O documento elaborado em 2010 foi o único encontrado no site do Ministério do Turismo no âmbito da avaliação do Programa de Regionalização do Turismo.

Trentin (2016) destaca que o PRT foi inovador no sentido de pensar o turismo em uma abordagem regional, institucionalizando órgãos de governança com efetiva participação de atores públicos e privados, que “trabalham conjuntamente gerando soluções inovadoras para resolver problemas coletivos” (TRENTIN, 2016, p. 656).

Todavia, para Minasi, Kaizer e Oliveira (2021, p. 232) “apesar dos avanços obtidos ao longo dos anos de implantação do PRT, ainda persistem dúvidas quanto ao desempenho da gestão descentralizada do turismo” e “(...) diversas regiões turísticas apresentam dificuldades para implementar as ações do PRT”.

Para Trentin e Fratucci (2011), a falta de interação e a dificuldade de articulação entre os agentes sociais na construção dos produtos turísticos regionais “mostrou-se um dos pontos mais críticos para o sucesso da implantação efetiva das metas do PRT no país” (p. 846).

Feger e Veis (2018) destacam algumas questões que limitam a atuação das Instâncias de Governança Regional, entre elas: a falta de poder sobre a região; a falta de uma matriz de responsabilidades na operacionalização do programa; e a aparente apatia da comunidade ocasionada por diferentes motivos, fatores que potencializam as limitações para consolidar uma política pública eficaz de turismo.

A falta de conhecimento sobre a existência das Instâncias de Governanças Regionais e seu papel frente ao desenvolvimento do turismo reflete diretamente no avanço do segmento nas regiões. Outra limitação é o processo de gestão, que protagoniza a participação dos atores sociais, mas normalmente as IGRs não possuem equipes executivas para processos básicos como a articulação dos interessados. Também faltam recursos financeiros que possibilitem remunerar ou custear despesas com o trabalho.

A descentralização defende a busca de recursos em instituições privadas por meio de projetos para sustentação das IGRs. Entretanto, também para esse papel, parte substancial das IGRs não possui equipes, limitando assim o processo de desenvolver e promover o turismo.

3.3 Políticas públicas e enoturismo

Ao analisar a produção científica sobre políticas públicas e enoturismo, percebe-se que os estudos são ainda incipientes. Em que pese o crescente interesse científico no segmento do enoturismo, baseado em diferentes perspectivas (MINASI; LOHMANN; VALDUGA, 2020), há pouca literatura abarcando a discussão da aplicação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da atividade de enoturismo. Também não há evidências que sirvam para justificar o papel do Estado e os efeitos que possíveis políticas desencadeariam nas regiões produtoras.

Alguns estudos feitos em regiões produtoras nacionais e internacionais, identificaram a participação governamental no desenvolvimento do enoturismo e as implicações da ausência de políticas públicas efetivas (BRÁS, COSTA, BUHALIS, 2010; TONINI, LAVANDORSKI e BARRETTO, 2011; ALONSO et al., 2015; PINTO, 2017; ZIBERT et al., 2020; DOLCI et al, 2021).

Para o segmento do enoturismo, os benefícios socioeconômicos alcançados têm gerado vários estudos (ALONSO et al., 2015) e são percebidos por atores privados e públicos como uma alternativa estratégica de desenvolvimento (BRÁS, COSTA, BUHALIS, 2010). Segundo Zibert et al. (2020, p. 739), “o vinho, a viticultura e a vinificação são uma importante pedra angular do desenvolvimento econômico, da cultura e do turismo”.

Santos et al. (2021) destacam as entidades governamentais como um interveniente relevante em todo o setor do enoturismo, principalmente na promoção de eventos, melhorias na infraestrutura, ampliação de recursos aportados, formação de pessoas e estratégias de marketing.

Para Beni (2006), as intervenções são ações planejadas que utilizam instrumentos como planos, programas ou projetos que contemplam objetivos, estratégias, métodos, atividades e recursos que se organizam para interferir e alcançar os resultados esperados. Entretanto, ele destaca a fragilidade dos instrumentos ao sofrerem alteração no processo, seja em termos de sequência, conteúdo, prazo ou orçamento. Segundo este autor, para passar de uma situação atual para uma situação desejada exige-se uma atuação sistemática e flexível durante todo o processo de intervenção.

Pinto (2017) reforça que um exemplo clássico são os planos nacionais de turismo no Brasil, em que a cada governo federal propõe-se a executar um plano diferenciado, não existindo continuidade e nem sustentabilidade.

Em um estudo realizado no território Vale dos Vinhedos, Rio Grande do Sul, Brasil, as pesquisadoras Tonini, Lavandoski e Barretto (2011) analisaram as políticas públicas para o enoturismo a partir do Plano Diretor do Vale dos Vinhedos e concluíram que os Planos Diretores dos municípios que integram o Vale dos Vinhedos carecem de unicidade, que não compartilham os interesses ligados ao enoturismo nem contemplam os interesses da coletividade, além de existirem interesses antagônicos apesar da continuidade espacial. Entretanto, como descrito pelas autoras, percebe-se o interesse e o empenho dos órgãos públicos na articulação, discussão e na elaboração de instrumentos de proteção e conservação do uso do solo e da paisagem.

Em outro estudo de caso também realizado no Vale dos Vinhedos, por Dolci et al. (2021), com objetivo de analisar a forma como as instituições incentivam ou restringem o desenvolvimento de um destino enoturístico, os autores identificaram a partir de entrevistas com organizações públicas e privadas dos setores vitivinícola e turístico da região, quatro questões de relevância: 1) O processo de descentralização instituído pela regionalização do turismo ainda é incipiente; 2) A falta de coordenação e integração entre os municípios que fazem parte do Vale dos Vinhedos provoca a descontinuidade entre os planos diretores e os planos turísticos que ordenam o território; 3) As instituições formais não são suficientemente estáveis, colocando em dúvida a eficácia das ações e políticas para estimular o crescimento responsável do turismo; 4) Na ausência de instituições formais fortes, as instituições informais acabam por prevalecer na forma de coordenar e desenvolver o enoturismo na região.

Zibert et al. (2020) pesquisaram o papel e as influências das atitudes dos representantes do governo esloveno para promover o enoturismo. De acordo com os resultados da pesquisa, o vinho é um dos elementos-chave da promoção turística quando se fala em um elemento de consolidação da imagem completa do destino. Os prefeitos desempenham um papel importante no desenvolvimento de políticas públicas no ambiente local, atuando como iniciadores ou inibidores no desenvolvimento de ideias diferentes ao nível local.

Dolci, Tonini e Souza (2021) propuseram-se a analisar a rede organizacional do enoturismo no Vale dos Vinhedos e suas interações. Para tal, entrevistaram

organizações do setor público e privado, que integram a rede organizacional de enoturismo. Os resultados indicaram que o desenvolvimento do enoturismo é sustentado por uma rede de organizações que inclui vinícolas, restaurantes, hotéis, entidades públicas e associativas. Entretanto, as autoras constataram que apesar de existirem ações colaborativas, a cooperação entre as organizações poderia ser mais efetiva, direcionada ao planejamento integrado do enoturismo, estabelecendo-se maior interação entre entidades associativas, secretarias e conselhos de turismo dos municípios nos quais o Vale dos Vinhedos está localizado.

Uma pesquisa realizada com responsáveis pela atividade turística em vinícolas da América Latina, especificamente na Argentina (Vale do Uco), Brasil (Vale dos Vinhedos) e Chile (Vale Maipo) teve como objetivo entender a ação e a atuação dos governos federal e municipal no fomento da atividade enoturística. Nesta pesquisa, Pinto (2017) identificou que as intervenções governamentais ainda são incipientes e pouco efetivas e estão centradas em promover os destinos em feiras e eventos. São poucas ou inexistentes as intervenções no sentido de garantir infraestrutura e na real criação de políticas perenes e assertivas para o desenvolvimento do enoturismo. O autor reforça ainda que o caráter inovador da atividade não é reconhecido pelos estados.

Para Tonini, Lavandoski e Barretto (2011), os resultados encontrados na atividade turística em determinada localidade são diretamente influenciados pela política adotada. Destacam ainda, que além de implementar políticas de desenvolvimento, o Estado é o único agente capaz de realizar ações remediadoras com relação aos impactos causados pelo turismo.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Minayo (2001) entende por metodologia o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, uma articulação entre conteúdos, pensamentos e existência. Assim, a importância de um bom delineamento da pesquisa, com fundamentos metodológicos sólidos e cuidadosamente planejados são essenciais para o desenvolvimento de uma investigação científica. Para Gil (2022), a pesquisa é como um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo fornecer respostas aos problemas que são propostos.

O presente estudo concentra-se na investigação de como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná e tem por objetivo analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e enoturismo no território paranaense.

Para isso, analisa três questões: 1) Descrever as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas a vitivinicultura e ao enoturismo; 2) Identificar os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná; 3) Analisar as ações dos programas e políticas públicas sobre a vitivinicultura e enoturismo no Paraná sob as perspectivas de vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo.

Como objeto deste estudo, a pesquisa centrou-se em analisar as principais políticas públicas de turismo implementadas neste século, efetivadas mais especificamente a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003 até 2023.

Para a concretização da pesquisa, diferentes instrumentos foram utilizados como estratégia metodológica e são apresentados neste capítulo, contemplando o arcabouço teórico realizado em diferentes bases de dados, o método de investigação adotado e o universo da pesquisa.

4.1 Caracterização da pesquisa

Para entender e analisar as políticas públicas no âmbito do enoturismo no Paraná e responder às questões da pesquisa, optou-se por uma abordagem qualitativa. O método qualitativo de pesquisa é descrito por Minayo (2013) como aquele que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por

meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais. O desenho da pesquisa foi estruturado a partir da temática do enoturismo e o desenvolvimento da vitivinicultura, e sua relação com as políticas públicas de incentivos governamentais (Figura 24).

Figura 24- Desenho da pesquisa



Fonte: Elaboração própria adaptado de Andrade, (2021).

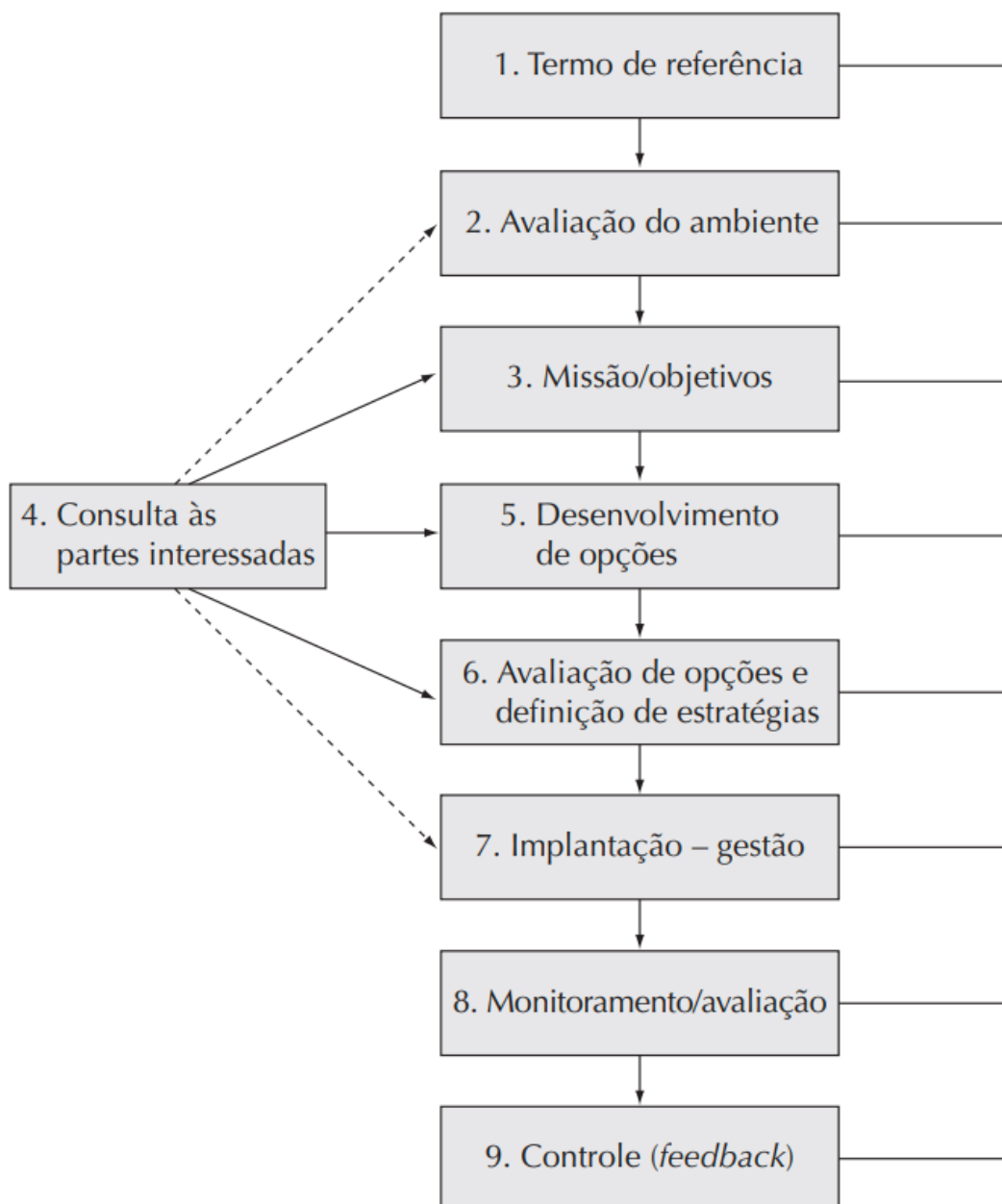
Para a classificação da pesquisa, considerou-se o critério proposto por Vergara, (1990) apud Vergara, (2003) que classifica os métodos em dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, a pesquisa será descritiva e avaliativa. Descritiva, porque visa descrever percepções, expectativas e sugestões dos vitivinicultores, técnicos e gestores acerca das demandas para a implementação de políticas públicas voltadas ao enoturismo. Avaliativa, porque embora os estudos científicos envolvendo o enoturismo tenham aumentado nos últimos cinco anos, poucos deles são direcionados para análise dos efeitos que as políticas públicas exercem na consolidação de novos destinos do vinho.

Conforme descrito por Veal (2011, p. 31) a pesquisa avaliativa “surge da necessidade de julgar o sucesso ou a eficácia de políticas ou programas”, e considera os diferentes níveis de detalhamento, complexidade e formalidade entre políticas e planos. Este autor propõe, como modelo de processos de definição de políticas, planejamento e gestão, o “racional-abrangente” por considerá-lo tradicional e ideal,

enquanto outros modelos são versões “resumidas do modelo racional-abrangente, que enfatizam, minimizam ou omitem determinados aspectos”.

Nesse modelo, Veal (2011) descreve os nove passos que determinam os diversos papéis da pesquisa nos processos de definição de políticas, planejamento e gestão (Figura 25).

Figura 25- Modelo racional-abrangente de planejamento/gestão



Fonte: Veal, (2011).

As etapas descritas no modelo racional-abrangente de Veal (2011) mostram que a pesquisa pode estar envolvida desde o início do processo, contribuindo para especificar os termos de referência de um determinado planejamento, com alcance de propor políticas públicas que visem alterar uma determinada realidade.

O autor discorre sobre a avaliação do ambiente que envolve a coleta de dados, a importância de as instituições terem claramente definido sua missão e objetivos, a estratégia de consulta às partes interessadas, ou seja, os stakeholders, considerar o desenvolvimento de opções, avaliação de opções e definição de estratégias que consistem em selecionar o curso da ação, a implantação e a gestão da ação proposta, monitoramento e avaliação do progresso e por fim, a etapa do controle (feedback).

Veal (2011, p. 35) destaca que o “processo de monitoria e avaliação pode indicar o sucesso total, pode sugerir pequenas alterações em alguns detalhes das políticas e planos adotados, ou ainda pode resultar em uma reestruturação completa, obrigando a começar de novo”.

Quanto aos meios, a pesquisa foi bibliográfica, documental e de campo. Bibliográfica, pois segundo Gil (2022) e Vergara (2003), é elaborada a partir de material já publicado. Para a fundamentação teórico-metodológica do estudo foi realizada investigação sobre os seguintes temas: políticas públicas, vitivinicultura, enoturismo e enoturismo no Paraná.

4.1.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica realizou-se por meio de livros, dissertações, teses e do levantamento da produção científica disponível nas bases de dados *Web of Science* e Capes. Foram consultados artigos científicos para compor a base bibliográfica e a discussão que envolve as políticas públicas e suas interfaces com a vitivinicultura e o enoturismo mundial e, especificamente, no Brasil.

Objetivando aproximar ao máximo os temas que relacionam as políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo, realizou-se uma pesquisa bibliométrica que incluiu os descritores “políticas públicas” e “vitivinicultura” (56 resultados), “enoturismo” e “políticas públicas” (10 resultados), “enoturismo” (136 resultados), no Portal de Periódicos da Capes, composto por publicações nacionais e internacionais.

Figura 26- Levantamento bibliográfico



Fonte: Elaboração própria, (2023).

A pesquisa foi realizada em junho de 2022, considerando artigos, obras revisadas por pares, nos idiomas inglês, português e espanhol, publicados de 2001 a 2022. A busca identificou 202 artigos. Posteriormente, foi adotado como critério, a leitura dos títulos dos trabalhos encontrados, assim como sua identificação com a temática da pesquisa e a exclusão de artigos repetidos, sendo este o primeiro filtro.

Como segundo filtro, a autora buscou fazer a leitura dos títulos, selecionando apenas 65 publicações que apresentavam ligação direta com a temática da pesquisa. Em seguida, a autora leu os 65 resumos, sendo este considerado o terceiro filtro. Com o critério de semelhança das áreas de estudo ao problema de pesquisa, acrescido ao critério de objetividade, restaram 32 publicações. A partir deste quantitativo, foi feita a leitura completa do material selecionado, sendo que parte destas publicações foram utilizadas ao longo deste trabalho, as quais sustentam o referencial teórico junto a outras obras de relevância.

Em setembro de 2022, nova busca foi realizada, desta vez na base de dados *Web of Science* com os descritores “*wine tourism and public policy*”, em todos os campos, no período entre janeiro de 2001 a agosto de 2022, obtendo-se 22 resultados.

Novamente, utilizando-se o critério de semelhança das áreas de estudo ao problema de pesquisa e objetividade, apenas quinze artigos foram selecionados e completamente lidos, sendo que apenas parte destas publicações foi utilizada. No mesmo período e na mesma base de dados foi pesquisada a temática enoturismo, com o objetivo de apenas verificar o grau de interesse da produção científica (em termos quantitativos) sobre este assunto. Os temas e os principais autores utilizados no referencial teórico estão apresentados no Quadro 10.

Quadro 10- Pesquisa bibliográfica - temas e principais autores

Temas	Principais autores
Vitivinicultura	Pereira et al., (2020); Fillus, (2021); Mello; Machado, (2021); Uvibra, (2022); Arev, (2022); Embrapa, (2014).
Enoturismo (Conceitos)	Hall et al., (2004); Inácio (2007); Simões (2008); Alant e Bruwer, (2010); Carmichael, (2010); Valduga, (2008), (2012); Rojas (2019); Santos (2020); Gabardo (2019).
Enoturismo (paisagem e experiência)	Sottini et al., (2019); Minasi, Lohmann e Valduga, (2020); Getz e Brown, (2006); Valduga, Gabardo e Minasse, (2020); Schimmenti et al., (2016); Byrd et al., (2016); Lavrador Silva; Kastenholz; Lima (2012); Arnaiz; Hernando (2019); Salvado; Kastenholz (2017); Tonini; Lavandoski, (2010); Salvado; Marques; Remelgado, (2017); Ramos; Santos, (2021); Dixit, (2022).
Enoturismo (Sistema e Ecossistema)	Salvado, (2016); Santos et al., (2021); Ramos; Santos (2021); Salvado et al., (2017); Hall (2004).
Enoturismo (tendências)	Yadav; Dixit, (2022); Rojas (2019); Barbosa (2019); Borsellino et al., (2016).
Políticas públicas	Schmidt, (2018); Secchi, (2017); Oliveira, (2017); Di Giovanni (2009); Saravia, (2007); Souza, (2006); Hall e Jenkins (2004).
Políticas públicas de turismo no Brasil	Brás, Costa, Buhalis, (2010); Tonini, Lavandoski e Barretto, (2011); Alonso et al., (2015); Pinto, (2017); Zibert et al., (2020); Dolci et al, (2021); Tonini, Lavandoski; Barretto, (2011); Dolci et al., (2021); Dolci, Tonini e Souza (2021).

Fonte: Elaboração própria, (2023).

A pesquisa bibliográfica contou ainda com o uso da técnica de amostragem “bola de neve”, que é uma “forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência” (VINUTO, 2014, p. 203), em que um estudo levou a outro,

fundamentando assim parte das referências utilizadas. O referencial teórico foi enriquecido utilizando-se também dissertações e teses que se debruçaram no estudo do enoturismo e políticas públicas.

4.1.2 Pesquisa documental

A investigação também se valeu de pesquisa documental, que Gil (2022) recomenda que seja considerada fonte documental quando o material consultado é interno à organização. O levantamento de dados documental foi realizado em instituições como o Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER (IDR-Paraná), Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná, Secretaria de Turismo do Paraná Ministério do Turismo e VINOPAR, com dados coletados em novembro de 2022 e atualizados em junho de 2023.

A análise documental teve como objetivo realizar uma busca de documentos disponíveis em instituições públicas e associações, para obter informações a respeito de programas, projetos ou leis aplicadas direta ou indiretamente no desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná.

A relação de documentos analisados que integram os resultados, respeitando o marco temporal proposto para esta pesquisa, é apresentado no Quadro 11 e detalhado no capítulo 5.

Quadro 11- Pesquisa documental

Identificação	Objetivo	Ano	Instituição
Programa de Regionalização do Turismo (PRT)	Gestão coordenada e planejamento participativo.	2003	Ministério do Turismo (MTUR)
Lei nº 12.959	Legislação do vinho colonial e Sucos de Uva	2014	Ministério da Agricultura e do Abastecimento (MAPA).
Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS)	Desenvolvimento e revitalização da viticultura e da agroindústria vitícola no Estado do Paraná	2019	Governo do Paraná/SEAB

Decreto Nº 10163	Dispõe sobre o regulamento da Lei 20.165, de 2 de abril de 2020, alterada pela Lei nº 20.357, de 20 de outubro de 2020, que autorizou a concessão de subvenção econômica no âmbito do Programa Paraná Mais Empregos, abrangendo o Banco do Empreendedor e o Banco do Agricultor	2022	Governo do Paraná
------------------	---	------	-------------------

Fonte: Elaboração própria, (2023).

Esse instrumento serviu de suporte para a complementação das informações utilizadas no desenvolvimento da pesquisa.

4.2 Entrevistas

De acordo com Alonso (2016, as entrevistas são o melhor instrumento para conduzir uma narrativa, possibilitando extrair experiências, sentimentos e valores do entrevistado. Gil (2022) descreve quatro modalidades de entrevistas. 1) aberta (com questões e sequência predeterminada, mas com ampla liberdade de responder); 2) guiada (com formulário e sequência definidos no curso da entrevista); 3) por pautas (orientadas por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso); 4) informal (que se confunde com a simples conversação).

O instrumento de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada, modalidade guiada conforme descrita por Gil (2022). A pesquisa foi aplicada com dois grupos distintos entre si, porém são grupos que convergem e contribuem para as diretrizes de desenvolvimento do enoturismo paranaense.

Compondo o grupo 1 (grupo focal), os proprietários de vinícolas (ou representante indicado). A amostra das vinícolas selecionadas foi não probabilística, e o critério de inclusão foi produzir vinhos e oferecer serviços de enoturismo, identificados a partir da VINOPAR (2022), da SEAB e do IDR-Paraná, (Figura 27) totalizando 17 vinícolas.

Figura 27- Relação de vinícolas com serviços de enoturismo no Paraná

Região Norte	<ul style="list-style-type: none"> •Vinícola Carnasciali - Apucarana •Vinícola La Dorni - Bandeirantes
Região Leste	<ul style="list-style-type: none"> •Vinícola Araucária - São José dos Pinhais •Vinícola Legado - Campo Largo •Vinícola Colina de Pedra - Piraquara •Vinícola Fardo - Quatro Barras •Vinícola Franco Italiano - Colombo •Vinícola Unus Mundus - Balsa Nova •Vinícola Casa Zator - Rio Negro
Região Sul e Sudoeste	<ul style="list-style-type: none"> •Vinícola Bertoletti - Bituruna •Vinícola Sander - Bituruna •Vinícola Di Sandi - Bituruna •Vinícola Bituruna - Bituruna •Vinícola RH - Mariópolis •Vinícola Betiatto - Francisco Beltrão
Região Oeste	<ul style="list-style-type: none"> •Vinícola Dezem - Toledo •Vinícola Bordignon - Palotina

Fonte: Elaboração própria, (2023).

Compondo o grupo 2, encontram-se os gestores municipais ou técnicos de agricultura e turismo dos respectivos municípios relacionados no grupo anterior, que totalizaram 14 municípios. Foram considerados dois respondentes por município, gerando um universo de 28 participantes. Para a agricultura foi buscado por técnico de ATER (Assistência Técnica e Extensão Rural) ou secretário de agricultura e para o turismo foi considerado técnico de ATER, diretor ou secretário de turismo. Foram elaborados dois modelos de roteiros de entrevistas (Figura 28), que tiveram questões abertas e fechadas e encontram-se no Apêndice 01 e 02. O questionário para o primeiro e segundo grupo foi encaminhado via e-mail ou contato de Whatsapp para preenchimento online.

Figura 28- Identificação dos entrevistados



Fonte: Elaboração própria, (2023)

O levantamento de dados por meio de entrevistas com o grupo 1 e 2 foi feito através de questionários disponibilizados via Google Forms no período de fevereiro e março de 2023 e com uma nova abordagem em julho de 2023, com objetivo de atrair a participação de gestores que não responderam ao formulário nos meses anteriores. Ao participar, os respondentes concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e levaram em média dez minutos para preencher o formulário. Os dados coletados foram transferidos automaticamente pelo sistema informatizado disponibilizado pela ferramenta Google, em conta específica da pesquisadora, para o armazenamento das informações.

O primeiro roteiro aplicado junto a proprietários de vinícolas (ou representante indicado) que produzem vinhos e atuam no receptivo de enoturismo no estado do Paraná, com o objetivo de averiguar se a existência de programas ou políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento do enoturismo é de conhecimento dos vitivinicultores, assim como analisar sua percepção frente a essas políticas.

O segundo roteiro foi aplicado aos gestores municipais e técnicos nas áreas de agricultura e turismo dos municípios identificados pelo primeiro grupo. O objetivo foi averiguar a percepção dos técnicos e gestores de duas diferentes áreas de ação, que se correlacionam para o desenvolvimento do enoturismo.

O questionário foi construído em três categorias de análise. A primeira parte teve como objetivo identificar o perfil dos respondentes, representatividade, cargo, tempo de atuação e localização. A segunda parte visou levantar as percepções dos vitivinicultores e gestores municipais frente às políticas públicas existentes para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. E por fim, a terceira parte contemplou contribuições e sugestões para ampliar o alcance dessas políticas.

A composição das entrevistas ficou com a seguinte configuração: das 17 vinícolas identificadas com serviços de enoturismo no Paraná, localizadas em quatorze diferentes municípios do estado, 14 responderam ao questionário, isto representa 82% do universo. Dos gestores municipais ou técnicos de ATER em agricultura e turismo, de um universo de 28, quinze (53,6%) responderam ao questionário.

No Quadro 12 é apresentado a participação na pesquisa por município para os dois grupos de entrevistados, ou seja, as vinícolas e gestores municipais ou técnicos de agricultura e turismo. Respeitando o compromisso de confidencialidade e preservação da identidade dos respondentes, os municípios foram identificados apenas com a numeração de 1 a 14, acrescentando para as vinícolas a numeração de seu respectivo município mais a letra “A”, para os gestores ou técnicos de agricultura a numeração mais a letra “B” e para gestores ou técnicos de turismo, a numeração mais a letra “C”.

Quadro 12- Denominação dos respondentes da pesquisa

Município	Vinícola “A”	Gestor e/ou técnico de agricultura “B”	Gestor e/ou técnico de turismo “C”
01	x	xx	
02			
03	x	x	
04	x	x	x
05			x
06	x		x
07			x
08	x		x
09	x	x	x

10	xxxx		
11	x	x	
12	x	xx	x
13	x		
14	x		
Total	14	08	07

Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Levando em conta as particularidades da pesquisa qualitativa e para facilitar a interpretação das informações, os dados foram apresentados de acordo com os dois modelos de formulários de entrevistas. Para Minayo (2001, p. 26) o tratamento do material recolhido no campo “conduz à teorização sobre os dados, produzindo o confronto entre a abordagem teórica anterior e o que a investigação de campo aporta de singular como contribuição”.

Utilizou-se como método a análise de conteúdo e documental para dar diretriz à discussão das questões desta pesquisa. Análise de conteúdo, segundo Bardin (2016, p. 37), é um “conjunto de técnicas de análise das comunicações”, ou seja, uma técnica que trabalha a mensagem, que visa ao tratamento dos dados coletados de forma sistemática e objetiva. Já a análise documental é um conjunto de operações que representam o conteúdo de um documento, com objetivo de apresentá-lo de forma conveniente e diferente do original, facilitando o acesso ao observador para que possa extrair o máximo de informações e melhor entendimento do documento pesquisado (BARDIN, 2016).

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esse capítulo foi estruturado em duas partes. A primeira apresenta os principais programas em âmbito governamental que se estabelecem na tentativa de promover a cultura da uva e do vinho no Paraná, assim como do enoturismo. A segunda parte compreende a descrição e análise das informações coletadas com os entrevistados nominados no percurso metodológico.

5.1. Programas destinados ao fortalecimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná

5.1.1 Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense - REVITIS

Entendendo que as políticas públicas são influenciadas pelas demandas sociais, econômicas, culturais e pelas estruturas formais do sistema político (HALL, 2001), e que buscam colocar o governo em ação (SOUZA, 2006), o Programa Revitalização da Viticultura Paranaense - REVITIS foi estruturado para atender uma demanda de produção de uvas para o processamento de vinhos e sucos no Paraná, e conseqüentemente ampliar os canais de estruturação de destinos turísticos do vinho.

Lançado em novembro de 2019 pelo Governo do Paraná, o Programa REVITIS tem como objetivo estabelecer e difundir bases técnicas, legais e econômicas para o desenvolvimento e revitalização da viticultura e da agroindústria vitícola no estado do Paraná (PARANÁ, 2023).

Especificamente, é objeto do Programa: a) Revitalizar a viticultura no estado do Paraná; b) Promover expansão da área com o cultivo da videira no estado; c) Coordenar a integração dos atores da cadeia produtiva da uva, visando o seu desenvolvimento de forma justa para todos; d) Estruturar a rede Estadual da pesquisa para a vitivinicultura; e) Promover a capacitação de técnicos e produtores em vitivinicultura; f) Fomentar a assistência técnica aos vitivinicultores Paranaenses; g) Fortalecimento da agroindústria vitícola; h) Incentivar a inserção da uva e seus derivados nos mercados institucionais; i) Estimular o consumo da uva e seus

derivados; j) Fortalecimento dos polos vitícolas existentes, bem como a formação de novos, conforme características regionais; l) Impulsionar o turismo nas regiões produtoras de uva e de seus subprodutos; m) Criação da Câmara Setorial em Viticultura (PARANÁ, 2023)

O Programa busca fortalecer ações estruturantes que garantam a sustentabilidade da viticultura no Paraná. A Figura 29 mostra a identidade visual da marca do Programa REVITIS.

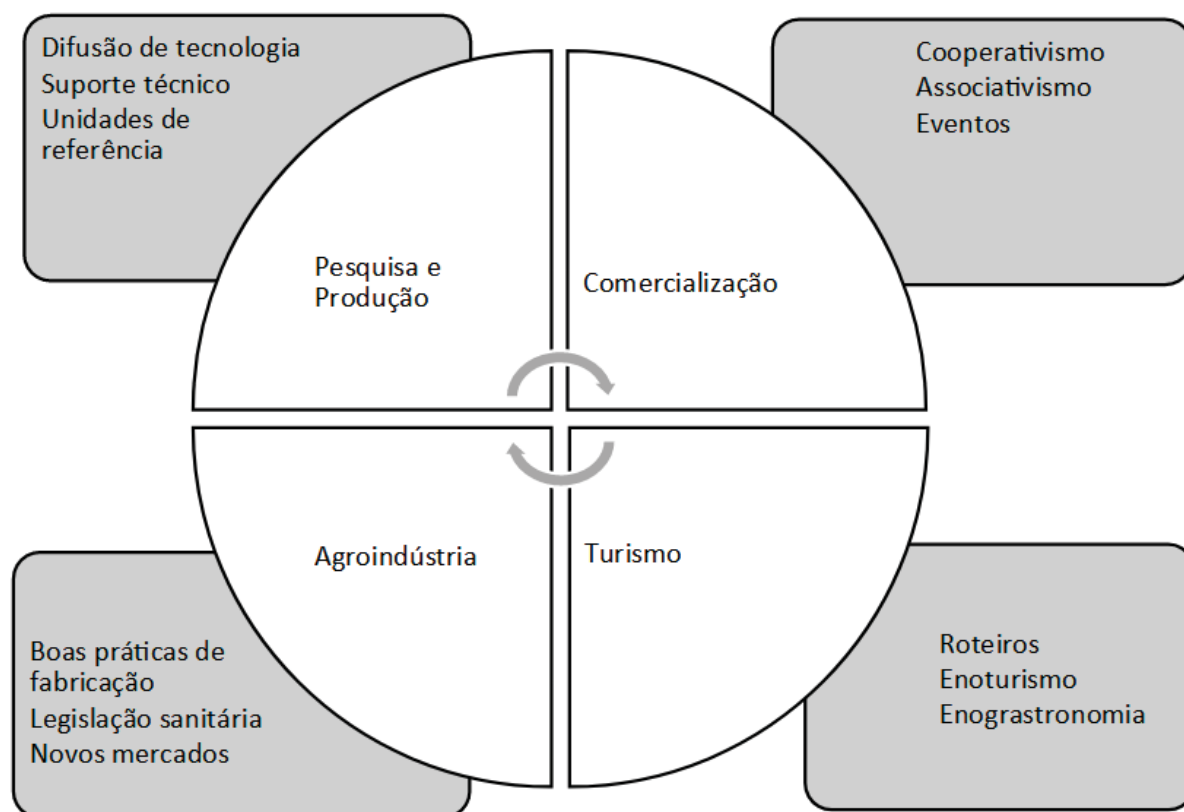
Figura 29- Logomarca do REVITIS



Fonte: Paraná (2020).

Com base em quatro eixos: Pesquisa e Produção, Agroindústria, Comercialização e Turismo, pretende-se melhorar as condições de produção e comercialização dos produtos, de forma que o agricultor possa ter mais segurança desde o plantio até a comercialização, o que criará condições para a revitalização e ampliação da área com cultivo de videira no estado (PARANÁ, 2023). A Figura 30 destaca os principais aspectos trabalhados nos quatros eixos do programa REVITIS.

Figura 30- Eixos de atuação REVITIS



Fonte: Elaboração própria, adaptado de REVITIS (2023)

O Programa segue um plano de ação para cada um dos quatro eixos:

1. Eixo Pesquisa e produção - Para atender a demanda produtiva, o processo inicial ocorre na base da assistência técnica local, que atende grupos organizados de produtores com tradição ou potencial para desenvolver a viticultura no território do estado do Paraná, detentores de DAP- Declaração de Aptidão ao Pronaf (PARANÁ 2023).

A estratégia de ação está amparada na implementação de 200 projetos municipais para capacitar e apoiar grupos de agricultores familiares organizados. Esse apoio transita em tópicos como capacitação, fomento financeiro e assistência técnica, considerando as especificidades individuais e regionais.

A estrutura de gestão do projeto inicia pela validação de cada proposta produtiva pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural (CMDR), seguido do parecer quanto a viabilidade técnica, econômica, ambiental e social pelo Grupo Gestor Regional, finalizando na Unidade Técnica Estadual (UTE) que tem entre as funções,

a coordenação geral do REVITIS, analisar e aprovar os projetos técnicos e planos de trabalho apresentados.

O plano de ação para a pesquisa visa atender as demandas do Programa, sendo que uma das diretrizes é a criação da Rede Estadual de Pesquisa em Viticultura, envolvendo diversas instituições de ensino e pesquisa, com pesquisadores que atuam direta ou indiretamente com a cultura da videira.

Outra ação da pesquisa é a implantação e manutenção de viveiro com material propagativo de videira, visando a qualidade genética e fitossanitária, o fornecimento para as Unidades de Referência e o desenvolvimento de pesquisas por meio da Rede Estadual de Pesquisa em Viticultura.

A validação tecnológica de produtos e práticas na instalação de Unidades de Teste e Validação (UTV) ocorre em áreas pertencentes ao IDR-Paraná, com possibilidade de introduzir tecnologias e práticas já existentes, diminuindo o tempo para resolução de problemas, que complementam as ações da pesquisa para o fomento da viticultura.

O plano de ação para a assistência técnica contempla a implantação de Unidades de Referência (UR) e a Metodologia Treino e Visita (TV) para atender a demanda de orientação técnica na produção, na agroindustrialização e no turismo.

Ao todo, o Programa REVITIS possui 82 profissionais cadastrados no Sistema de Agricultura do Paraná, envolvendo universidades, institutos, prefeituras, federações e vinícolas. Esses pesquisadores são responsáveis pela difusão e transferência de informações aos vitivinicultores envolvidos nos quatros eixos do programa (PARANÁ, 2023).

A implantação de Unidades de Referência (UR) está na estratégia para difusão de tecnologias, capacitação de técnicos e produtores, realização de pesquisas e proposição de soluções tecnológicas visando maior competitividade da cadeia produtiva.

A Metodologia Treino e Visita (TV) é utilizada para capacitação continuada de técnicos e produtores, promovendo a integração das entidades e dos atores envolvidos no processo, formando uma rede de validação e difusão de tecnologia, como levantamento de demandas para pesquisa, com avaliação permanente do processo e de seus impactos.

A Foto 01 ilustra uma ferramenta metodológica utilizada e difundida pelas equipes de assistência técnica, denominada “treino & visita”. Neste tipo de atividade,

os viticultores trocam experiências e buscam conhecimentos específicos sobre o cultivo da vinha.

Foto 1- – Metodologia treino & visita



Fonte: Rogério da Silva Almeida/IDR-Paraná/Paulo Frontin,PR (2023)

O conteúdo técnico está organizado dentro dos eixos do programa REVITIS e dividido em quatro grupos de beneficiários: a) Vitivinicultores: agricultores com tradição no cultivo de videira ou iniciantes. b) Multiplicador I: Técnicos com experiência e que repassam as informações aos demais técnicos de campo; c) Multiplicador II: Técnicos iniciantes - aqueles com pouca ou nenhuma experiência no campo. d) Especialistas, compreendem profissionais da pesquisa e da extensão com formação acadêmica e de atuação na cadeia produtiva que possam contribuir para formação dos técnicos e o desenvolvimento da viticultura.

2. Eixo comercialização - O plano de ação para o eixo comercialização visa fortalecer as iniciativas associativistas e cooperativistas, integrando com as agroindústrias, para que os agricultores familiares possam ganhar escala de produção, qualidade e competitividade frente à demanda de mercado. Ainda contempla: a) Incentivar o consumo de uva e seus derivados para aumentar o consumo e identificar e caracterizar os principais canais de comercialização praticados pelos agricultores, organizações e agroindústrias da uva; b) Promover estudos mercadológicos para

tendências de consumo e novas formas de comercialização; c) Promover os produtos da vitivinicultura paranaense em eventos da gastronomia, concursos estaduais e nacionais e demais eventos da agropecuária paranaense; d) Organizar e estimular rodadas de comercialização para mercados institucionais e privados, feiras agropecuárias ou de agroindústria, e eventos técnicos específicos, aproximando os produtores dos compradores; e) Estimular a comercialização de uva in natura e produtos das agroindústrias nas rotas turísticas dentro da abrangência do programa REVITIS.

3. Eixo agroindústria - objetiva estimular o acesso a novos mercados, possibilitando assim ampliar a escala de produção. Para tanto, a legislação sanitária é um dos mecanismos necessários para a comercialização em maior escala, portanto, o eixo agroindústria busca proporcionar acesso a processos que regulamentem a transformação dos produtos. As agroindústrias cadastradas no programa contam com assessoramento dos profissionais do IDR- Paraná e de instituições parceiras do REVITIS. Acessar linhas de fomento para modernização das estruturas é outro benefício estipulado pelo eixo para atender as demandas de agroindústrias familiares.

4. Eixo Turismo - tem por objetivo estimular a criação de novos roteiros integrados à paisagem dos vinhedos, oportunizando ao turista conhecer novos cenários, e tornar o turismo uma opção de diversificação econômica aos vitivinicultores.

Foto 2- Eventos de degustação guiada e divulgação dos roteiros de vinhos do Paraná



Fonte: Acervo pessoal, (2023)

Eventos promocionais que integram vinho e roteiros também são desenvolvidos ou apoiados pelo eixo turismo, a exemplo de degustações guiadas de vinhos realizadas em eventos estratégicos, com o objetivo de divulgar os vinhos produzidos no Paraná, assim como os roteiros de enoturismo estruturados.

O Programa prevê também uma linha de fomento para implantação dos vinhedos por meio de instrumento de transferência de recursos via convênio entre o estado e as prefeituras municipais. O valor máximo aplicado pelo estado a fundo perdido por projeto é de R\$ 300.000,00, sendo que as prefeituras devem adicionar contrapartida de 1% a 10% do valor do projeto, de acordo com o Índice Iparades de Desempenho Municipal - Paraná - 2010/2020. O beneficiário, ou seja, o viticultor, poderá acessar até R\$ 25.000,00 para custear material genético e demais estruturas para implantação do vinhedo, assim como obter assistência técnica especializada por no mínimo quatro anos (PARANÁ, 2023).

No site da SEAB, por meio do SIGEAP - Sistema de Gerenciamento e Administração de Projetos Agropecuários, foi possível verificar que até 17/09/2023 estavam cadastrados 344 viticultores, 15 agroindústrias, além de 84 profissionais de pesquisa e extensão de diferentes áreas de conhecimentos, em particular agricultura e turismo (PARANÁ, 2023).

Quanto ao recurso de fomento para implantação de vinhedos, foram disponibilizados R\$ 7.665.328,54 por meio de convênios firmados entre o governo estadual via SEAB e prefeituras municipais, com projetos já pagos em execução ou convênios em elaboração, até 14 de março de 2023. Esses projetos atenderam 412 viticultores, com aquisição de mudas de parreiras, insumos ou equipamentos. Também houve investimentos de R\$ 748.735,96 para implantação de viveiro para multiplicação de material genético de videira, no polo de pesquisa do IDR-Paraná em Santa Tereza do Oeste (PARANÁ, 2023).

A implantação de novos parreirais, provenientes da liberação desses projetos, potencializa a consolidação de novos polos vitícolas, assim como pode gerar novos roteiros turísticos da uva e do vinho.

5.1.2 Legislação do vinho colonial e Sucos de Uva

A transformação da uva em outros produtos está associada à cultura do saber fazer, remete a tradições e invoca a memória afetiva do consumidor ou do turista. O

vinho, por exemplo, é um derivado da uva que, segundo Medeiros e Lindner (2021, p.102), “carrega em si a identidade do território”.

Assim como o ocorreu o processo evolutivo das parreiras ao longo dos anos, o mesmo aconteceu com o processamento dos derivados da uva. Avanços no modo de elaboração e nas legislações sanitárias são claramente percebidos quando o assunto é transformação da matéria-prima uva.

A Lei nº 12.959, de 19 de março de 2014, é vista como política pública de incentivo ao processo de industrialização por meio da transformação artesanal, que regulamenta as agroindústrias de vinho colonial e conhecida como Lei do Vinho Colonial. Segundo esta lei, o vinho colonial é o produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural, de acordo com as características culturais, históricas e sociais da vitivinicultura desenvolvida pelo agricultor familiar (BRASIL, 2014).

Esta lei dispõe que o vinho produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural deve ser elaborado com o mínimo de 70% (setenta por cento) de uvas colhidas no imóvel rural do agricultor familiar e na quantidade máxima de 20.000 L (vinte mil litros) anuais.

A elaboração, a padronização e o envase do vinho colonial devem ser feitos exclusivamente no imóvel rural do agricultor familiar, adotando-se os preceitos das boas práticas de fabricação e sob a supervisão de responsável técnico habilitado.

A comercialização do vinho produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural só deverá ser realizada diretamente com o consumidor final, na sede do imóvel rural onde foi produzido ou em estabelecimento mantido por associação ou cooperativa de produtores rurais ou ainda, em feiras da agricultura familiar.

Deverão constar do rótulo do vinho colonial:

I - a denominação de “vinho produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural”, “vinho colonial” ou “produto colonial”;

II - a indicação do agricultor familiar ou empreendedor familiar rural, com endereço do imóvel rural onde foi produzido;

III - o número da Declaração de Aptidão ao Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar - DAP;

As exigências para o registro de estabelecimento e seus procedimentos deverão ser simplificados. A inspeção e a fiscalização da elaboração do vinho produzido por agricultor familiar deverão ter natureza prioritariamente orientadora.

Para o registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) de estabelecimento de agricultor familiar ou empreendedor familiar rural produtor de vinho (Lei nº 12.959/2014), são requeridos os seguintes documentos:

- a) Cadastramento e formulário de solicitação de registro de estabelecimento – Cadastro na internet pelo sistema SIPEAGRO;
- b) Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP), conforme lei específica;
- c) Anotação de responsabilidade técnica, ou documento equivalente, expedido pelo conselho de classe do Responsável Técnico ou Declaração do órgão de extensão rural oficial, conforme lei específica;
- d) Memorial descritivo das instalações e equipamentos e Manual de Boas Práticas;
- e) Laudo de análise físico-química e microbiológica da água utilizada no estabelecimento, que contemple os parâmetros de cor, turbidez, pH, coliformes totais e cloro residual, que ateste sua potabilidade.

Para o registro de outros estabelecimentos produtores de bebidas em geral e de derivados da uva e do vinho, são necessários os documentos já mencionados acima e mais:

- a) Cópia do CPF dos sócios da empresa ou representante legal do estabelecimento;
- b) Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- c) Contrato Social ou Ato Constitutivo consolidado com suas alterações, constando a atividade do estabelecimento prevista nos Regulamentos das Leis nº 7.678, de 1988 e nº 8.918, de 1994;

A referida lei, mesmo que restringindo um alcance comercial mais amplo, possibilita ao “colono” manter a tradição na elaboração de seu vinho colonial.

5.1.3 Banco do Agricultor Paranaense

O Banco do Agricultor Paranaense é um instrumento que possibilita ao governo do Estado conceder subvenção econômica a produtores rurais, cooperativas e associações de produção, comercialização e reciclagem, e a agroindústrias familiares, além de projetos que utilizem fontes renováveis de geração de energia e

programas destinados à irrigação, entre outros. As fontes para concessão de subvenção econômica provêm de recursos do Fundo de Desenvolvimento Econômico – FDE e são disponibilizados na forma de equalização de taxas de juros. Este programa integra a política de desenvolvimento do Paraná pelo estímulo às atividades econômicas, mediante a qualificação de beneficiários e o suporte financeiro a operações de crédito operadas pela Agência de Fomento do Paraná S.A. e pelo Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul – BRDE (PARANÁ, 2022).

O Decreto 10.163, de 03 de fevereiro de 2022, no Art. 24, contempla projetos para o turismo rural, nos quais podem ser inclusas atividades relacionadas ao enoturismo, como:

- I - a modernização, implantação e reforma de empreendimentos turísticos;
- II - o desenvolvimento de novos produtos, processos ou serviços que promovam a eficiência do turismo;
- III - a aquisição de máquinas e equipamentos que aprimorem o turismo;
- IV - a aquisição de softwares e licenças para o desenvolvimento dos serviços de turismo;
- V - a formação de capital de giro associado ao projeto;
- VI - os sistemas de sinalização para circuitos (PARANÁ, 2022).

O Art. 25 trata da equalização de taxas de juros nas operações de financiamento contratadas para a execução de projetos previstos no art. 24, observando os seguintes critérios:

- I - equalização de 3,0 (três) pontos percentuais ao ano para projetos em municípios de IDH abaixo da média do estadual (Anexo II);
- II - equalização de 2,0 (dois) pontos percentuais para os projetos localizados nos demais municípios.

Parágrafo único. É passível de receber subvenção econômica na forma de equalização de taxas de juros, projeto com valor financiado não excedente a R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), por CPF ou CNPJ, respondendo o beneficiário pelo pagamento integral dos encargos incidentes sobre o valor contratado que exceder a esse limite (PARANÁ, 2022).

Em 2022, o Banco do Agricultor liberou seis projetos destinados a turismo rural, no total de R\$ 890.981,00 com subvenção na taxa de juros de R\$ 108.442,00 (0,2%) (PARANÁ, 2023). Não foi possível saber se entre os seis projetos havia algum direcionado ao enoturismo.

Todavia, em agosto de 2023, o Governo do Estado, via SEAB, publicou o Decreto 3.289/2023 que promove alterações nas normas do Banco do Agricultor Paranaense, ampliando o pacote de incentivos para o desenvolvimento da agricultura. Um aporte adicional de R\$ 155 milhões, recursos do Tesouro do Estado, serão utilizados para custeio parcial ou integral das taxas de juros a produtores rurais que financiarem novos investimentos em suas propriedades (PARANÁ, 2023).

Entre as medidas anunciadas estão a subvenção total (juro zero) para projetos em diversas áreas, incluindo o turismo rural, a fruticultura, produção orgânica, projetos específicos liderados por mulheres, entre outros. Nesse aspecto, o enoturismo ligado à agricultura familiar pode ser beneficiado tanto no que tange à produção como em infraestruturas necessárias para a atividade de turismo. Segundo o Secretário da Agricultura e do Abastecimento Norberto Ortigara, “além de financiamento a juro zero para a agricultura familiar, também estamos reduzindo os juros para os médios e grandes produtores”, o que implica em atingir diretamente os vitivinicultores e as vinícolas melhor estruturadas economicamente (PARANÁ, 2023).

5.1.4 Programa de Regionalização do Turismo - Paraná

Amparado no Programa de Regionalização do Turismo, a descentralização da atividade de turismo no Paraná ocorreu inicialmente através da Política Estadual de Turismo 2003-2007 e, em 2008, através do Plano de Desenvolvimento do Turismo do Paraná 2008-2011. A partir da visão de descentralização, foi criada no Conselho Consultivo de Turismo do Estado, a Câmara de Regionalização do Turismo, que tinha atuação sinérgica com a Secretaria de Estado do Turismo e interlocução com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, sendo o principal fórum de articulação da Regionalização no Paraná. Participavam da Câmara entidades como ABAV-PR, ABGTUR, ABRAJET, AMUTUR, ECOPARANÁ, EMATER, Federação de Convention & Visitors Bureaux do Paraná, Fórum dos Coordenadores de Curso Superior de Turismo e/ou Hotelaria, Fórum Estadual de Secretários Municipais de Turismo do Paraná, Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, SEBRAE, SEIM, SEMA, SESC e SENAC (PARANÁ, 2023).

Com a criação da Câmara e a articulação do Fórum Estadual dos Secretários Municipais de Turismo, no início de 2003, iniciaram-se as discussões sobre a Regionalização do Turismo no Estado, que até aquele momento não apresentava

regiões turísticas oficiais. O processo de regionalização seguiu as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e da divisão administrativa estadual estabelecendo inicialmente nove regiões turísticas: Litoral, Curitiba e Região Metropolitana, Campos Gerais, Oeste e Lindeiros ao Lago de Itaipu, Norte, Noroeste, Centro, Centro-Sul e Sudoeste (PARANÁ, 2023).

Após esta etapa, foram estabelecidos critérios para identificação das regiões turísticas – como grau de atratividade dos recursos, existência de demanda real, destinos comercializados por agências de turismo, infraestrutura de apoio ao turismo, equipamentos e serviços turísticos, existência de estrutura de gastos turísticos, sensibilidade política coletiva para o turismo, organização turística municipal, planejamento turístico municipal. A atribuição de notas a partir desses critérios resultou na priorização das regiões: Litoral, Campos Gerais e Oeste e Lindeiros ao Lago de Itaipu, além de Curitiba e Região Metropolitana, conforme Resolução nº 007/04 do Conselho Consultivo de Turismo do Paraná.

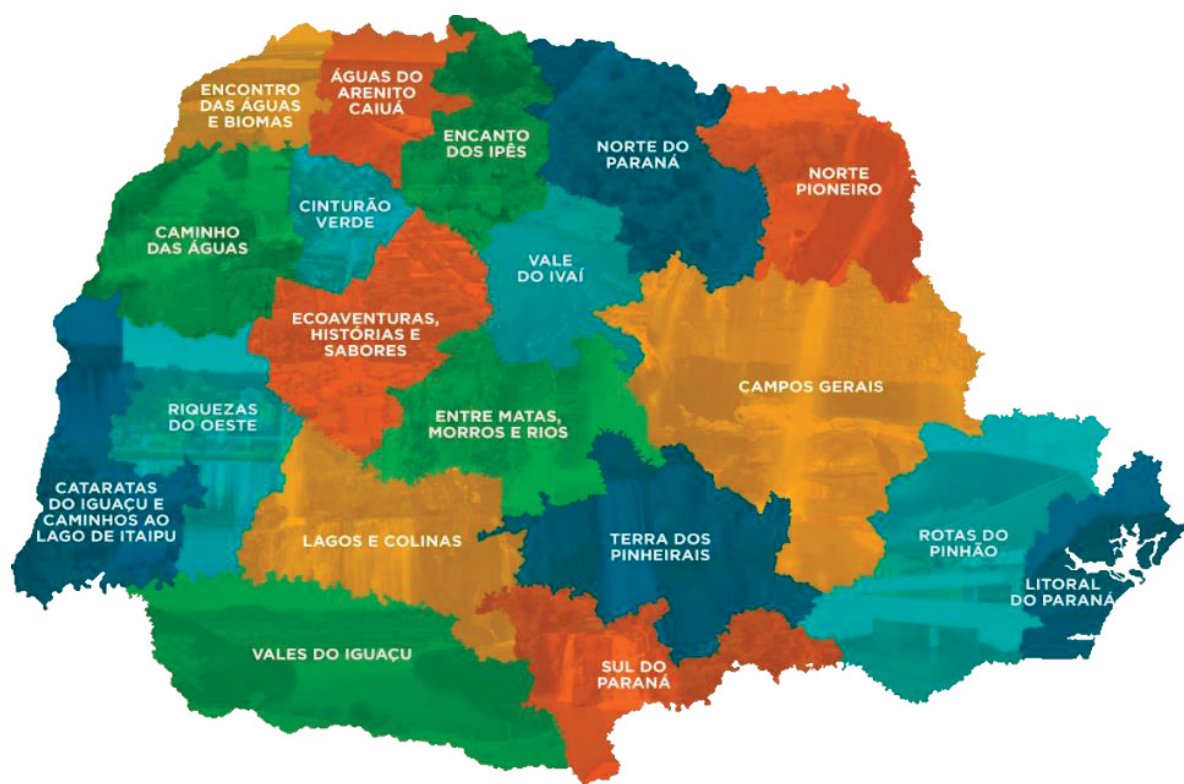
Em 2005, por convênio entre o MTur e a SETU, foram realizadas oficinas de planejamento participativo em todas as regiões turísticas, com foco na sensibilização, seguida de mobilização, institucionalização da governança regional e elaboração dos Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo Regional.

Em 2013, atendendo as novas diretrizes do Programa Nacional de Regionalização do Turismo, o Paraná amplia para quatorze o número de regiões turísticas, priorizando a gestão descentralizada, os investimentos em qualificação profissional e a infraestrutura.

Em 2016, 2017 e 2019, atendendo novos critérios do Ministério do Turismo e do Conselho Paranaense de Turismo, foram realizadas novas atualizações do Mapa do Turismo Brasileiro, sendo mantidas as 14 (quatorze) regiões turísticas já estabelecidas no Paraná, mas alterando-se o número de municípios que as compõem: em 2016 - 224; em 2017 - 283 e em 2019 - 217.

Em 2021, a região turística Sul do Paraná foi inserida no Mapa do Turismo, passando para quinze regiões turísticas. Em 2022 houve o desmembramento da Região Turística Corredores das Águas. Assim, o estado passou a contar com 19 Regiões Turísticas e 220 municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, (Figura 31).

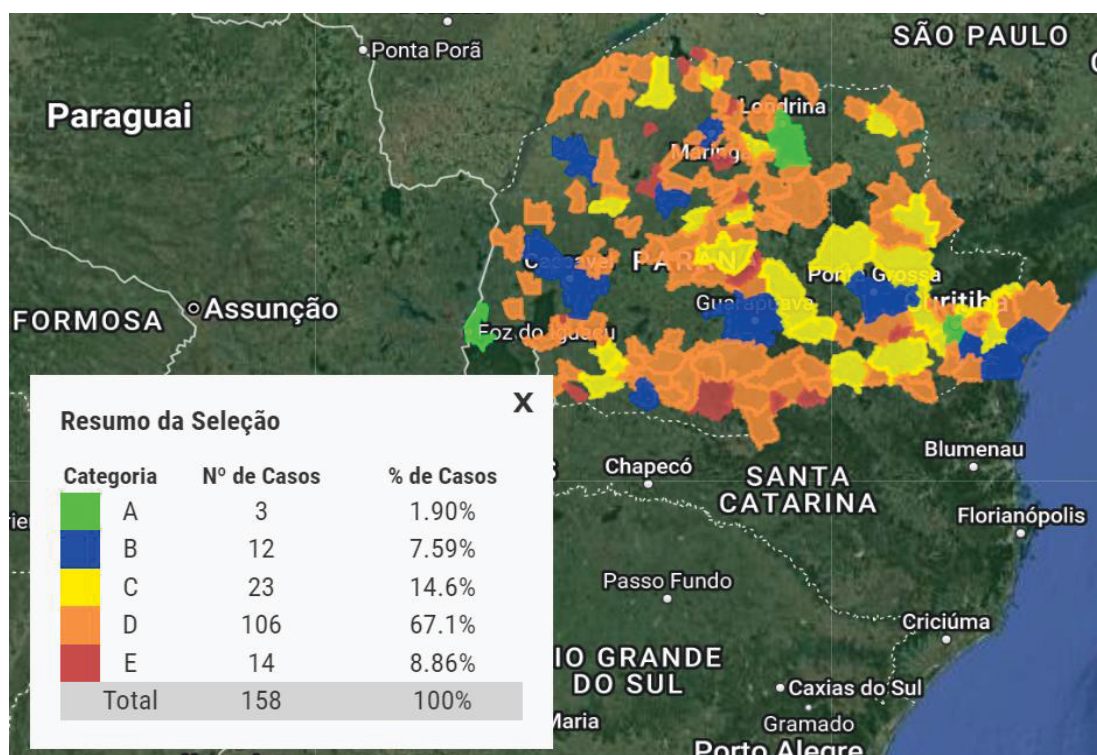
Figura 31- Regiões turísticas do Paraná



Fonte: PARANÁ, (2023).

Dos 399 municípios do Paraná, 220 estão presentes no Mapa do Turismo Brasileiro. Destes, apenas 158 estão categorizados na atividade de turismo, segundo o Mtur amparado na hierarquização de 2019 (Figura 32).

Figura 32- Municípios categorizados no Paraná



Fonte: BRASIL, (2023).

Desses 158 municípios, três (1,90%) estão na categoria A, doze (7,59%) municípios na categoria B, vinte e três (14,6%) na categoria C, cento e seis (67,1%) na categoria D e quatorze (8,86%) municípios na categoria E (BRASIL, 2023). Os demais não atendem aos critérios de classificação conforme já descrito no referencial teórico.

Considerando-se a importância do poder público para o turismo (Beni, 2006), esses foram os principais programas identificados de forma documental sobre o aspecto intervencionista do governo, possível de promover o enoturismo no Paraná. Acreditamos que, com base nos documentos estudados e na percepção dos vitivinicultores e gestores municipais de turismo e agricultura, é possível analisar as intervenções e o papel do estado na construção de alternativas que fortaleçam o enoturismo.

5.2 Apresentação dos resultados das entrevistas

Este subcapítulo teve por finalidade apresentar e discutir as informações coletadas com os entrevistados anteriormente definidos. A análise foi feita com dois

grupos de entrevistados, visando estabelecer um referencial da percepção de cada grupo com relação às políticas públicas de enoturismo, atendendo os objetivos específicos delineados para essa pesquisa.

5.2.1 Entrevista com vinícolas

Das dezessete vinícolas contactadas, quatorze responderam à pesquisa, havendo representatividade de cinco regiões turísticas (governança do turismo) identificadas no Mapa do Turismo 2023.

O perfil socioeconômico dos participantes foi agrupado em gênero, ocupação profissional e formação escolar. A representação de gênero foi 50% do sexo feminino e 50% do sexo masculino. Quanto à escolaridade dos respondentes, 14,3% possuem ensino médio, 78,6% possuem graduação e 7,1% possuem pós-graduação, conforme mostra o Quadro 13.

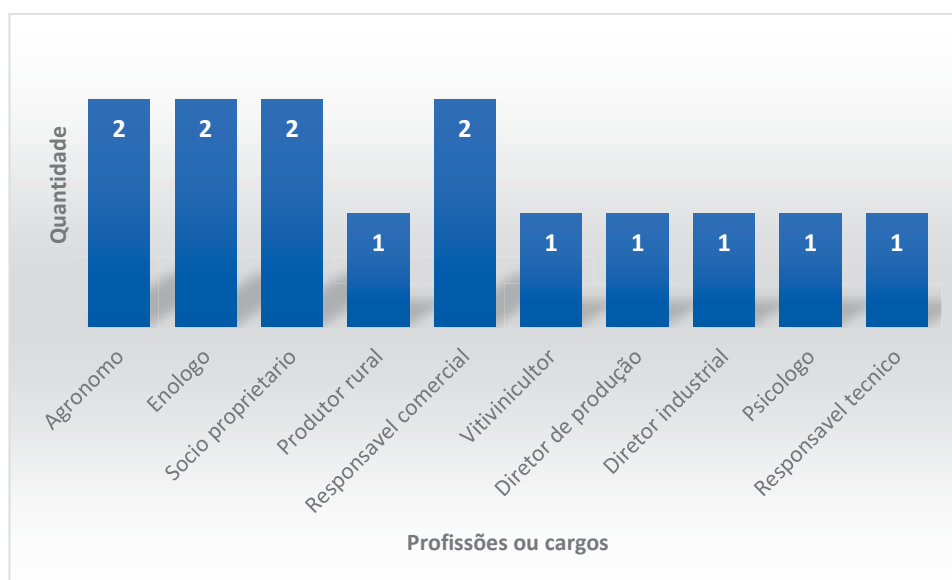
Quadro 13- Perfil socioeconômico dos respondentes

Perfil dos Respondentes				
Sexo		Escolaridade		
Masculino	Feminino	Médio	Graduação	Pós-Graduação
50%	50%	14,3%	78,6%	7,1%

Fonte: Elaboração própria com dados da pesquisa, (2023).

Quanto à profissão e cargo atual na vinícola, 2 (14,29%) respondentes identificaram-se como engenheiros agrônomos, 2 (14,29%) enólogos, 2 (14,29%) sócios proprietários, 1 (7,14%) produtor rural, 2 (14,29%) responsáveis comerciais, 1 (7,14%) vitivinicultor, 1 (7,14%) diretor de produção, 1 (7,14%) diretor industrial, 1 (7,14%) psicólogo e 1 (7,14%) responsável técnico, conforme demonstrado no Gráfico 04.

Gráfico 2- Profissão e/ou cargo na vinícola



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Sobre o uso de mão de obra para o exercício da atividade de vitivinicultura e enoturismo, a pesquisa identificou que metade das vinícolas pesquisadas, ou seja, sete vinícolas utilizam parte da mão de obra contratada e parte familiar. Duas vinícolas utilizam somente mão de obra contratada e cinco vinícolas trabalham apenas com mão de obra familiar. No total, as quatorze vinícolas que participaram da pesquisa empregam trinta e sete pessoas no âmbito familiar e quarenta e nove contratadas, gerando diretamente oitenta e seis empregos com as atividades vitícolas.

Na questão acerca do tempo de existência das vinícolas, quatro possuem menos de dez anos, cinco possuem entre dez e vinte anos e cinco possuem mais de vinte anos de existência.

Em relação à origem da produção de uva, constatou-se que seis vinícolas produzem suas próprias uvas, uma adquire totalmente de terceiros e sete vinícolas mesclam entre produção própria e de terceiros. Vinícolas com uva cem por cento paranaense soma dez, representando 71,4% da amostra de respondentes. Das oito vinícolas que adquirem uvas de terceiros para o processamento, a procedência da matéria-prima está distribuída entre os três estados da região do Sul do país (Quadro 14).

Quadro 14- Procedência da uva adquirida para fins de processamento

Procedência da uva de terceiros	Quantidade de vinícolas	Porcentagem
Paraná	4	50,0
Rio Grande do Sul	2	25,0
Rio Grande do Sul e Santa Catarina	1	12,5
Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná	1	12,5
Total	8	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, (2023)

No quadro 15, constata-se que a produção média de vinhos dos últimos cinco anos, declarada pelos respondentes, varia de 2 mil litros a 400 mil litros anualmente, sendo que três vinícolas produzem menos de 10 mil litros, sete vinícolas produzem de 10 a 50 mil litros e apenas quatro vinícolas produzem acima de 50 mil litros por ano.

Quadro 15- Produção Anual de Vinho

Produção anual em litros de vinho	Quantidade	Porcentagem
Menos de 10 mil	3	21,4
De 10 mil a 50 mil	7	50,0
Mais de 50 mil	4	28,6
Total	14	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Quanto ao tempo de atuação com a atividade de enoturismo, metade das vinícolas tem até 5 anos de atividades em enoturismo, quatro vinícolas entre 5 e 10 anos e apenas três possuem mais de 10 anos na atividade (Quadro 16).

Quadro 16- Tempo de atuação com atividades de enoturismo

Tempo de atuação com enoturismo	Quantidade de vinícolas	Porcentagem
Até 5 anos	7	50,0
Mais de 5 anos até 10 anos	4	28,6
Mais de 10 anos	3	21,4
Total	14	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Percebe-se que apesar de os vitivinicultores terem herdado a tradição da produção de uvas e elaboração de vinho, a prática da atividade do enoturismo é bastante recente. Tornar um destino de vinho conhecido requer, além do tempo, estratégias que atraiam o turista a um determinado território. O quadro 13 evidencia que metade das empresas entrevistadas atuam no enoturismo há 5 anos.

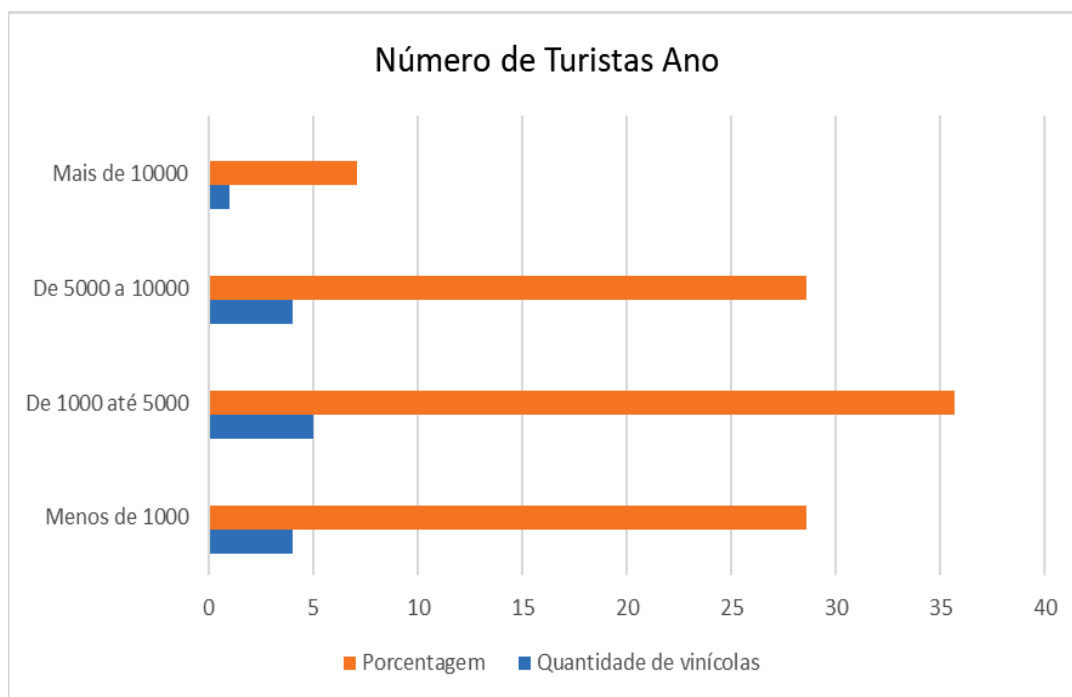
Embora a concepção atual do enoturismo como um produto turístico tenha em torno de três décadas, estruturado a partir da atuação do MTV em 1993 na Itália (TONINI, 2007; VALDUGA, 2008), no Brasil, expressões do enoturismo foram observadas desde os anos 1930 em praticamente todas as regiões vinícolas (VALDUGA e MINASSE, 2018), sendo que os principais destinos enoturísticos estão localizados na Serra Gaúcha e no Vale do São Francisco no Nordeste (COSTA, CAMELO, LINHARES, 2015).

Portanto, no Paraná, que apesar de ter iniciado sua trajetória vitícola no século passado, somente há poucos anos o enoturismo é praticado na essência de produto turístico, quando novos atores iniciaram investimentos nesse segmento (BERNIER et al., 2020). Todavia, os projetos destinados à estruturação de novos vinhedos liberados de 2020 até o presente pelo Programa REVITIS, que totalizam R\$ 7.665.328,54 distribuídos a 412 viticultores, deverão ampliar a oferta de serviços de enoturismo para os próximos anos.

Atualmente, o número de turistas recebidos anualmente pelas vinícolas do Paraná ainda é baixo se comparado ao fluxo de roteiros já consolidados, como por exemplo o Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, que recebeu, em 2022, cerca de 304.860 visitantes, 7% maior comparado ao período de 2021 (APROVALE, 2023)⁸. Das quatorze vinícolas pesquisadas, 4 recebem menos de mil visitantes por ano, enquanto cinco vinícolas recebem de um a cinco mil, quatro vinícolas recebem de cinco a dez mil, e apenas uma recebe acima de dez mil visitantes ano (Gráfico 03).

⁸ Disponível em: <https://www.valedosvinhedos.com.br/blog/fluxo-turistico-do-vale-dos-vinhedos-2022>. Acesso em: 15 de ago. 2023.

Gráfico 3- Número de visitantes anualmente



Fonte: Dados da pesquisa, (2023)

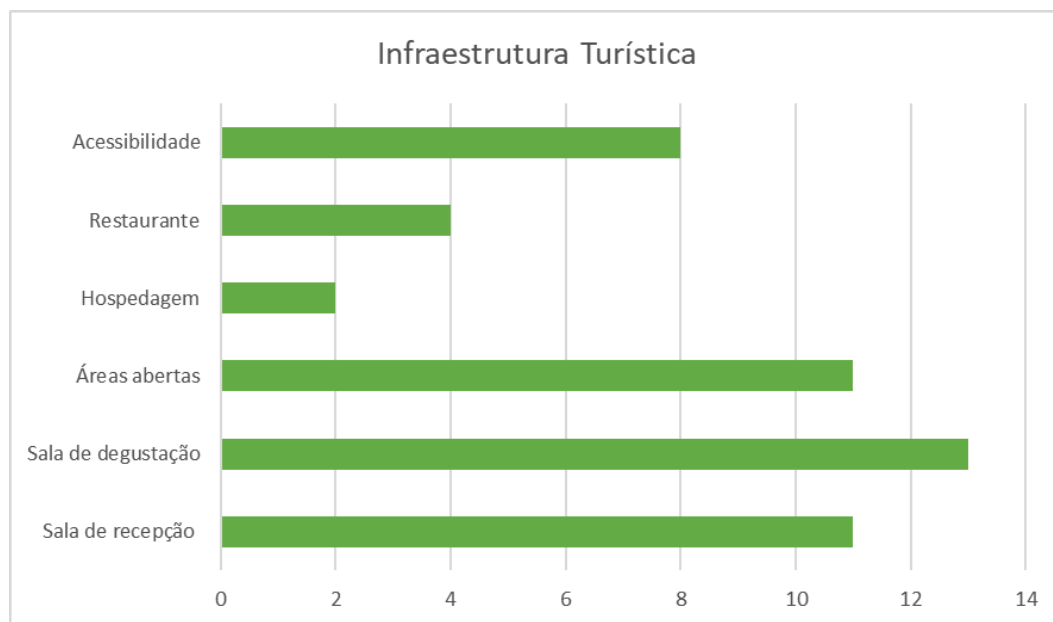
No que diz respeito à infraestrutura física para o receptivo turístico, o que mais aparece entre as vinícolas pesquisadas é a sala para degustação dos vinhos, seguida de sala de recepção e áreas abertas. Já o item restaurante foi mencionado por quatro vinícolas e duas identificaram possuir meios de hospedagem inclusos na infraestrutura (Gráfico 04).

Lavandoski et al. (2017) pontuam que o enoturismo está amparado sobretudo na criação e estruturação de rotas de vinhos. Eles observam, entretanto, que paralelamente às rotas é preciso fornecer infraestrutura adequada para receber os visitantes nas vinícolas, além da oferta de atividades que envolvam a temática vinho, como passeios pelos vinhedos, degustação, atividades de vindima e outras opções que contribuam para gerar uma experiência enoturística.

Considerando os atributos de destino que influenciam as visitas em regiões vitícolas destacados por Byrd et al. (2016), as instalações de produção, sala de degustação, ambientes naturais e paisagem rural estão entre os principais fatores motivacionais que influenciam o visitante. Nesse sentido, além da paisagem do vinhedo, constituída como um elemento legitimador da experiência em enoturismo, como destacado por Bernier et al. (2020), as vinícolas pesquisadas possuem em seu

portfólio estruturas adequadas ao atendimento enoturístico, incluindo a questão de acessibilidade, que foi registrada por oito vinícolas respondentes.

Gráfico 4- Demonstrativo infraestrutura turística das vinícolas



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Para as vinícolas, o enoturismo é uma atividade importante para a questão comercial, pois cria proximidade entre o consumidor e a indústria vinícola, oportuniza a troca de conhecimento e agrega valor ao vinho. Esta visão é corroborada por Hall et al. (2004), destacando que para a indústria do vinho, o enoturismo é uma forma importante de construir relacionamentos com clientes e garantir a venda direta aos visitantes, sendo muitas vezes essencial para o sucesso do negócio.

“Acreditamos que com o enoturismo o nosso produto ganha ainda mais destaque na área comercial, pelo fato do cliente compreender todo trabalho sério, valorizar a nossa mão de obra, equipamentos de primeira, processo manual de colheita, método champenoise para os espumantes, uma série de fatores que ajudam a vender o produto” (Entrevistado 3A, 2023).

Em geral, os interlocutores consideram ainda que a visita à vinícola instiga o turista a comprar os vinhos gerando aumento no ticket médio⁹, além de auxiliar a

⁹ O **ticket médio** é um indicador que avalia o desempenho das vendas e é resultante da média dessas vendas. Para fazer o cálculo, divide o faturamento total pelo número de vendas do intervalo de tempo em questão.

ampliação da divulgação espontânea. Para treze vinícolas, o enoturismo é fundamental para alavancar as relações comerciais e chega a representar até 70% das vendas de vinho, assim como para algumas vinícolas o enoturismo se constitui na principal fonte de renda da propriedade.

Hall et al. (2004) enfatizam que o enoturismo é um forte instrumento de diversificação de emprego e renda nas regiões. Passa a ser uma ferramenta de vantagem competitiva utilizada tanto pela indústria do vinho como pelo destino turístico (Getz e Brown, 2006). Sendo assim, ainda que em pequena escala de produção de vinhos ou em fluxo de turistas, as vinícolas apropriam-se dessa vantagem competitiva para atrair cada vez mais atenção, transformando-se na principal atividade econômica da propriedade, potencializando assim as economias locais e regionais.

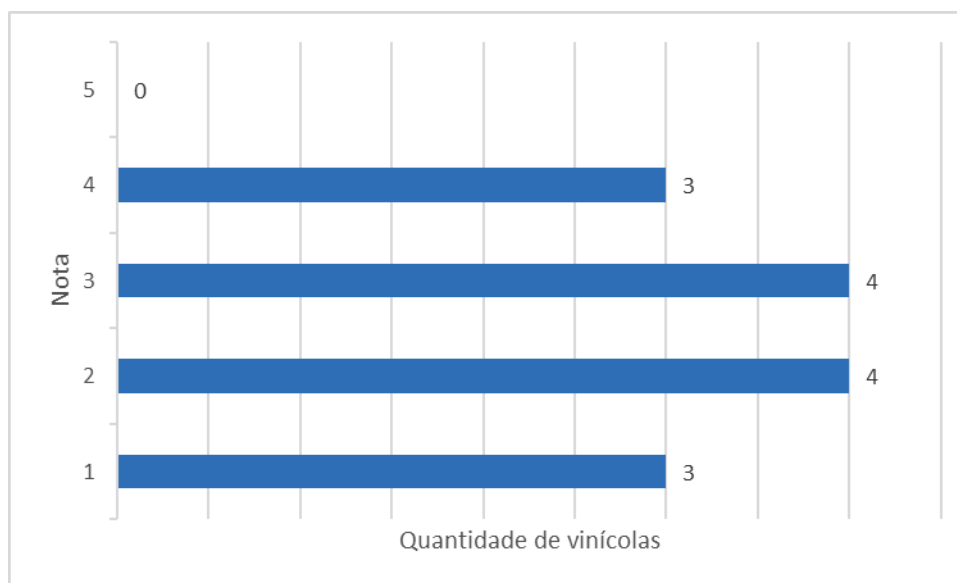
Percebeu-se também uma preocupação em relação ao cliente assimilar e entender a dinâmica do conhecimento agregado à qualidade de cada vinho, além da vivência com a experiência turística.

“A atividade permite criar uma relação com o cliente, mostrando a nossa forma de trabalhar e toda a jornada intensa para que o vinho chegue ao consumidor. Além de entendermos como uma missão ensinar as pessoas que vêm até nós interessadas em conhecer a cultura do vinho” (Entrevistado 8A, 2023).

Apenas uma vinícola considera o enoturismo menos relevante economicamente, devido à dinâmica estabelecida na propriedade, que não permite um fluxo maior de turistas.

Ao serem questionados sobre o desempenho do poder público com relação à atuação e a participação no desenvolvimento do enoturismo no Paraná, as vinícolas atribuíram a nota média de dois e meio (2,5). A escala exprime valores em ordem crescente de 1 a 5, sendo 1 pouca participação e 5 muita participação, conceito atribuído para a qualificação da questão em pauta. Nenhuma vinícola considerou a atuação e a participação do poder público com nota 5. Predominantemente, a maioria considerou entre 2 e 3 a nota para essa questão (Gráfico 05).

Gráfico 5- Avaliação das ações do poder público para o enoturismo



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

As políticas públicas colocam o governo em ação (SOUZA, 2006), são intervenções planejadas do poder público para resolver determinadas situações (NOGUEIRA e DI GIOVANNI, 2015). O governo não é singular como agente determinante na formulação e aplicação das políticas públicas, existem atores internos e externos que influenciam diretamente o gerenciamento dessas políticas (OLIVEIRA, 2017). A percepção das vinícolas sobre a atuação do poder público pode ser analisada diretamente pelo menos em dois segmentos: a agricultura e o turismo.

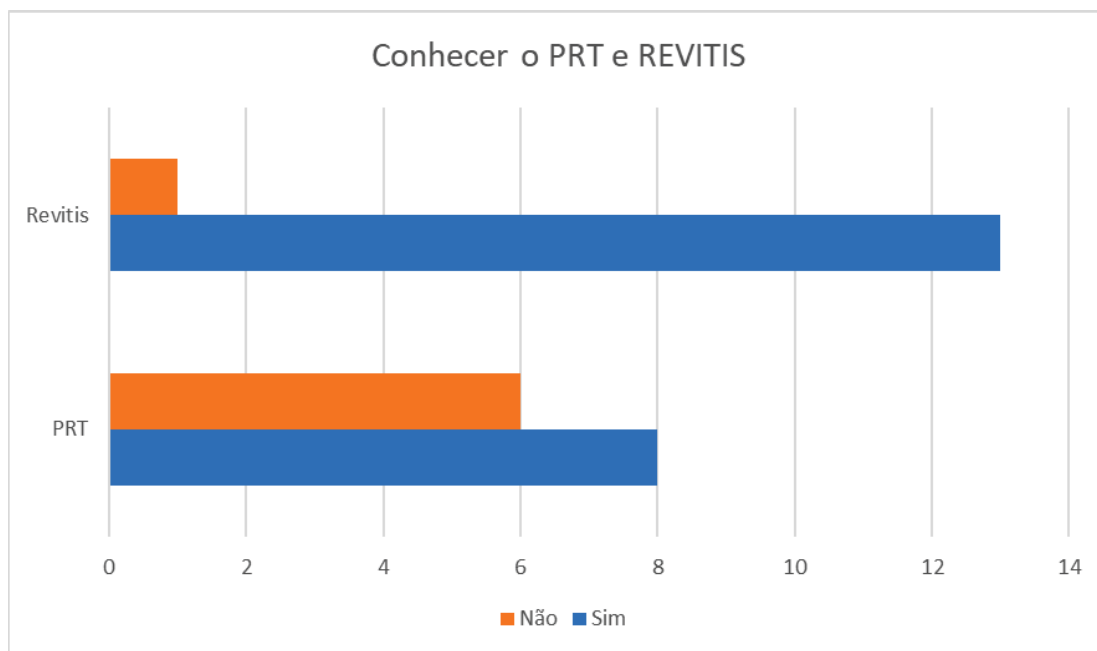
A agricultura envolve a produção, transformação e comercialização da uva e do vinho; já o turismo trata da governança, logística de acesso, sinalização, divulgação, comercialização do produto turístico, entre outros. Ambos os segmentos necessitam de investimentos em infraestrutura. Entretanto, as ações nem sempre são percebidas de forma clara quando inseridas num contexto que altera a realidade.

Quanto a ser beneficiado com algum programa ou política pública do governo, sete (50%) das vinícolas não tiveram benefícios aplicados ou percebidos diretamente. A outra metade respondeu ter sido beneficiada em algum programa. O REVITIS foi o que mais apareceu nas respostas, seguido por feiras e eventos, Programa Mais Alimentos e projeto de pesquisa em viticultura pelo CNPq.

Com relação a conhecer o Programa REVITIS, treze vinícolas disseram conhecer (93%) e apenas uma se manifestou dizendo que não conhecia (7%). Todavia, sobre o Programa de Regionalização do Turismo - PRT, oito (57%) vinícolas

disseram conhecer e seis disseram não conhecer (43%). Apesar do REVITIS e o PRT serem identificados como uma política pública, um número expressivo de vinícolas nem sequer conhece os programas (Gráfico 06).

Gráfico 6- Conhecer o PRT e o REVITIS



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Parece haver uma lacuna na governança institucionalizada para tratar os segmentos. Hall (2011) aborda que a governança é um fator chave para tratar as políticas públicas, evidenciando hierarquias, mercados, redes e comunidades como modelos para a governança. Todos estes elementos envolvem questões referentes às parcerias entre os atores públicos e privados, à gestão participativa das comunidades receptoras e ao foco na articulação com o setor privado para acesso a mercados. Ou seja, a governança tem um papel estratégico tanto na formulação das políticas, em especial, de turismo, como na sua dinamização (OLIVEIRA et al., 2022).

Sobre quais ações foram realizadas pelo poder público para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo e quais os resultados obtidos na visão dos respondentes, os principais destaques são percebidos na Figura 33.

Figura 33- Principais ações realizadas pelo poder público



Fonte: Dados da pesquisa, (2023)

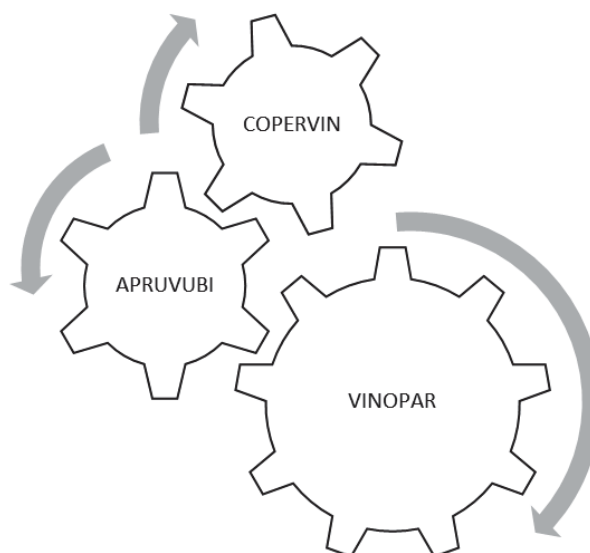
Vale salientar que houve manifestação quanto a ser recente o enoturismo no Paraná e, por isso, os resultados ainda são pouco perceptíveis. Apenas uma vinícola se manifestou alegando que não percebeu nenhuma ação com benefícios aos vitivinicultores e ao enoturismo.

As intervenções governamentais são instrumentos relevantes ao setor de enoturismo, em especial aquelas que contemplam um conjunto de ações organizadas para interferir na realidade e alcançar os resultados desejados (BENI, 2006). Santos et al. (2021) destacam a promoção de eventos, melhorias na infraestrutura, ampliação de recursos aportados, formação de pessoas e estratégias de marketing como interveniente governamental estratégico ao enoturismo.

O processo organizativo também foi pontuado para analisar o grau de envolvimento coletivo para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. Dez vinícolas disseram fazer parte de associações de vitivinicultores. Destas, cinco vinícolas fazem parte da VINOPAR - Associação de vitivinicultores do Paraná; uma integra duas associações: a VINOPAR e APRUVIBI - Associação dos Produtores de Uva e Vinho de Bituruna; três são associadas na APRUVIBI, uma é associada a COPERVIN -

Cooperativa Regional dos Vitivinicultores do Sudoeste do Paraná, duas estão ligadas às associações de turismo (IGRs) e duas não estão ligadas a nenhuma associação.

Figura 34- Principais associações de vitivinicultores do Paraná



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Pesquisa realizada por Bernier et al. (2020) sobre o surgimento e a oferta de um novo polo de enoturismo situado na RMC, paralelo à criação da VINOPAR, demonstrou que a associação teve um papel importante na criação de uma marca coletiva e na produção de um guia ilustrativo da oferta de enoturismo da região. A VINOPAR também organiza o Festival do Vinho Paranaense, oportunidade em que, a partir da cooperação entre as vinícolas associadas, foi possível potencializar a divulgação do destino enoturístico e ampliar a visibilidade de diferentes rótulos.

A pesquisa quis saber que ações o poder público deve realizar para melhor desenvolver o enoturismo em âmbito local, estadual e nacional. A seguir os principais destaques mencionados pelos responsáveis pelas vinícolas (Figura 35).

Figura 35- Ações que o poder público deve realizar



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

As ações mais citadas pelas vinícolas foram infraestrutura de acesso às vinícolas, ações de divulgação do enoturismo e sinalização turística. Em alguns depoimentos foi possível perceber a dificuldade de acesso a crédito para alguns itens específicos. Diante disso, os respondentes sugeriram a criação de programa de financiamento para aquisição de equipamentos. Posteriormente a esta entrevista e como já foi mencionado neste capítulo, o governo estadual fez alterações no Decreto do Banco do Agricultor Paranaense, permitindo medidas para atender a demanda de financiamento subsidiado e acessível às vinícolas paranaenses (PARANÁ, 2023).

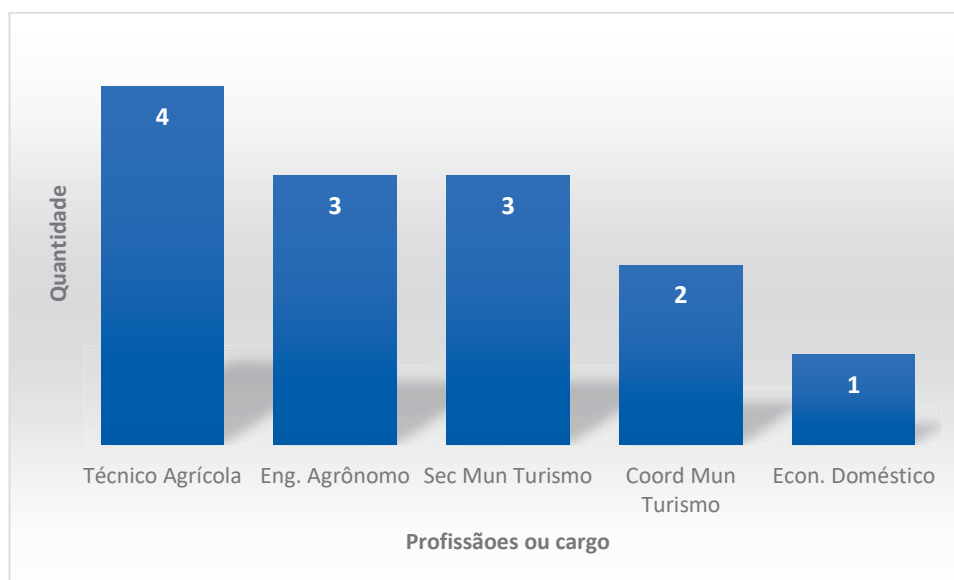
Outros destacaram que o poder público deve se voltar mais a esse setor no sentido de investir na divulgação dos atrativos. Brown e Getz (2005) sugerem que o vinho pode ter vários impactos na escolha do destino, tanto fatores de impulso (motivos e afins) e fatores de atração (atratividade dos destinos) e que os esforços de marketing nem sempre podem ser um fator determinante na atração de enoturistas. Os autores citam uma pesquisa de Dodd (1995) sobre visitantes de vinícolas do Texas, em que as recomendações boca a boca foram a fonte de informação mais utilizada, seguida pela exposição anterior aos rótulos da vinícola.

5.2.2 Entrevista com os gestores e técnicos de agricultura e turismo

As dezessete vinícolas identificadas com atividades de enoturismo estão localizadas em quatorze municípios. Em função dessa localização, foram contatados os gestores municipais de agricultura e turismo ou técnicos de ATER para responderem à pesquisa composta pelo grupo 2. Foram obtidas 15 (53,6) devolutivas de um total de 28 contatos identificados e contatados para responder a pesquisa, sendo 8 gestores ou técnicos da agricultura e 7 do turismo.

O perfil socioeconômico dos respondentes do grupo 2 foi agrupado em gênero, ocupação profissional e tempo na função. A representação de gênero foi 40% (6) do sexo feminino e 60% (9) do sexo masculino. A ocupação profissional dos respondentes se caracteriza da seguinte forma: três Engenheiros Agrônomos, um Economista Doméstico, quatro Técnicos Agrícolas, dois Turismólogos, três Secretários Municipais de Turismo e dois Coordenadores Municipais de Turismo. O tempo de permanência no cargo variou de 1 mês a 42 anos, conforme apresentado no Gráfico 07.

Gráfico 7- Profissões ou cargos dos gestores e técnicos de agricultura e turismo



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Para o grupo 2, o questionário começa abordando a representatividade da receita econômica gerada pela atividade turística para o município em termos percentuais. Cinco respondentes identificaram um percentual entre 10% e 60%.

Entretanto, a maioria respondeu que desconhece os números, que apesar dos municípios terem elementos essenciais para o desenvolvimento do turismo, esta atividade ainda tem pouca importância e não é predominante.

O turismo é considerado um setor promissor, com potencial para alavancar o desenvolvimento econômico dos municípios. Entretanto, demanda ações planejadas e políticas públicas estruturantes para seu desenvolvimento e evolução (GALDINO; COSTA, 2011). Há uma certa dicotomia entre o que o turismo pode gerar economicamente e as ações direcionadas para tal.

Foi perguntado também sobre o enoturismo contribuir para o desenvolvimento do turismo em cada município, se existem dados mensurados e se estão disponibilizados. Todos consideraram o enoturismo como uma atividade importante para o turismo no município, com a implantação de vinhedos, vinícolas e atividades abertas ao público, que trouxeram visibilidade para os municípios assim como alavancou o turismo. Porém, eles desconhecem dados de fluxo de turistas, dados econômicos como empregos gerados, recursos investidos, entre outros. O segmento do enoturismo é percebido por atores privados e públicos como uma alternativa estratégica de desenvolvimento (BRÁS, COSTA, BUHALIS, 2010).

Todavia, conforme descrito por Pinto (2017), as intervenções governamentais ainda são pouco efetivas no sentido de garantir infraestrutura e na real criação de políticas perenes e assertivas para o desenvolvimento do enoturismo. Os resultados encontrados na atividade turística em determinada localidade são diretamente influenciados pela política adotada (TONINI, LAVANDOSKI, BARRETTO, 2011).

Para os gestores municipais e técnicos de ATER, a responsabilidade e o papel do poder público com relação ao enoturismo é elaborar políticas públicas de regulamentação do setor, fomento e assistência técnica. Hall (2004) descreve que o papel do governo no enoturismo é substancial em termos de criação de controles de denominação, estabelecimento de regulamentos de saúde e segurança, regulamentos de planejamento que afetam o que pode ser construído e/ou cultivado em determinados locais e a assistência que o governo pode fornecer para apoiar as infraestruturas e redes de enoturismo.

Também os respondentes entendem que é papel do poder público organizar treinamentos, capacitações e orientações que possam dar suporte aos empreendimentos turísticos.

“Papel importante principalmente no desenvolvimento e preparo das pessoas envolvidas e na organização do setor” (Entrevistado 09B, 2023).

Houve menção ao fato de que alguns empreendimentos não teriam “muito interesse” apesar dos esforços dos municípios em articular parcerias públicas e privadas para fortalecer o segmento.

Sobre o governo municipal contemplar ações direcionadas ao enoturismo, nove (56%) responderam que sim e sete (44%) que não há ações direcionadas. Ou seja, praticamente a metade dos municípios que possuem vinícolas com serviços de enoturismo em seu território não contemplam nenhum plano mesmo que de curto prazo para o desenvolvimento do segmento. Para Zibert et al. (2020), os prefeitos têm alta influência nas decisões no planejamento e desenvolvimento das atividades da comunidade local, sobretudo nas estratégias de desenvolvimento do turismo.

Com relação ao diálogo existente entre o poder público e os vitivinicultores, os principais destaques foram: realização de reuniões com produtores; a vitivinicultura não é prioritária; via VINOPAR; por meio da parceria com as Secretarias da Agricultura, Meio Ambiente, Cultura e Turismo; do IDR-Paraná e da Cooperativa; envolver os vitivinicultores em eventos, divulgação dos atrativos e demais roteiros; encontros mensais via associação de turismo rural; orientação técnica. Pode-se inferir que ocorre certa interação entre os vitivinicultores e os gestores municipais, principalmente por meio de eventos técnicos.

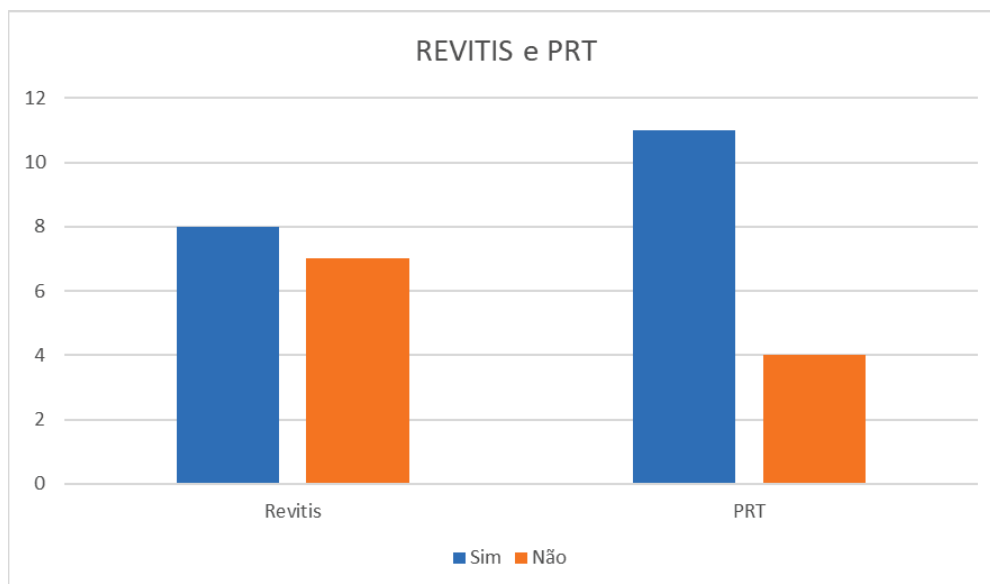
Um meio para promover os roteiros turísticos são os eventos. Nos municípios aos quais pertencem as vinícolas e os gestores, alguns eventos foram relatados pelos entrevistados, como Caminhadas na Natureza¹⁰ passando pelos vinhedos e que houve um aumento no número de visitantes posteriormente. Outros eventos como feiras, festa da uva, exposições agropecuárias e de turismo também são utilizados para promover os roteiros de enoturismo. Entretanto, nenhum município possui evento específico para promover o turismo do vinho.

Assim como foi perguntado para as vinícolas sobre conhecer o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) e o Programa de Revitalização da Vitivinicultura Paranaense (REVITIS), a mesma pergunta foi feita aos técnicos e gestores municipais. Onze (73,3%) respondentes afirmam conhecer o PRT e oito (53,3%) o

¹⁰ O projeto é uma política pública voltada à agricultura familiar com o objetivo de gerar emprego e renda no campo, além de valorizar as comunidades anfitriãs. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Caminhadas-na-Natureza-ja-injetaram-R-12-milhao-nas-economias-locais-em-2023>. Acesso: 10 nov. 2023.

REVITIS; os demais, quatro e sete, respectivamente, disseram não conhecer os programas (Gráfico 08).

Gráfico 7- Conhecer os Programas de Regionalização do Turismo - PRT e o REVITIS



Fonte: Dados da pesquisa, (2023).

Dos quatro respondentes que disseram não conhecer o PRT, três são da área da agricultura e um do turismo. Minasi, Kaizer e Oliveira (2021) avaliam que é comum diferentes atores envolvidos no processo da regionalização do turismo desconhecerem os fundamentos da política pública de turismo brasileira, assim como a dificuldade de compreender a política de regionalização, o trabalho e o desenvolvimento regional. Para esses autores, a falta de conhecimento reflete a dificuldade de trabalhar cooperativamente.

Já sobre o REVITIS, que sete respondentes disseram não conhecer, dois são da agricultura e cinco do turismo. Os respondentes avaliaram que o REVITIS é o principal programa executado no município destinado aos vitivinicultores e às vinícolas, tanto para a ampliação da área produzida como para a estruturação do enoturismo.

“O município não dispõe de um programa específico a não ser o REVITIS. Contudo, tanto o IDR-Paraná, Secretaria de Agricultura e departamento de Turismo, desenvolvem ações para estruturação das propriedades de viticultores tanto para a produção, transformação da matéria-prima, bem

como a regularização e registro no MAPA, para posteriormente incentivar o enoturismo” (Entrevistado 12B, 2023).

Para o Secretário da Agricultura e do Abastecimento, Norberto Ortigara, o REVITIS já deveria estar maior, mais abrangente, não apenas com mais recursos financeiros, mas também com equipe técnica e articulação. Entretanto, avalia que é um bom programa para o desenvolvimento da vitivinicultura, sendo que as regiões que aderiram já estão colhendo bons frutos.

Foram relatadas também parcerias para capacitação, o que no entendimento dos respondentes pode ser uma ação que promove o desenvolvimento do enoturismo. O Coopera Paraná, que é voltado à organização e gestão das cooperativas da agricultura familiar, também foi identificado pelos respondentes como um programa útil ao fortalecimento da vitivinicultura.

Houve a sugestão de que o governo deveria aumentar o valor do benefício para os vitivinicultores implantarem os vinhedos por meio do REVITIS, que atualmente é de vinte e cinco mil reais por produtor, previsto para investimentos como estrutura e composição dos vinhedos, equipamentos para processamento e infraestrutura para receptivo turístico.

Os resultados desta pesquisa mostraram que apesar dos incentivos governamentais dos últimos quatro anos, o cenário paranaense de produção de uva mantém-se estável (SEAB, 2023; IBGE, 2023). Em que pesem os incentivos governamentais, o índice de produtividade deve levar mais algum tempo para mudar os números atuais. Entretanto, é perceptível o movimento de novos clusters vitícolas se formando em diferentes cidades do Paraná, tomando por base os dados divulgados pela SEAB (2023) sobre o número de projetos com recurso financeiro liberados pelo governo para o plantio de vinhedos.

A pesquisa documental encontrou quatro programas ou leis que são considerados políticas públicas para o enoturismo. Dois são nacionais (o PRT e a Lei do Vinho Colonial) e dois estaduais (REVITIS e Banco do Agricultor).

A Lei Federal nº 12.959, de 19 de março de 2014, conhecida como Lei do Vinho Colonial, em que 70% da uva utilizada deve ser produzida na propriedade e na quantidade máxima de 20.000 litros anuais, flexibiliza o processo burocrático de legislação, o que alcança as pequenas cantinas familiares, contribuindo para o

escoamento da produção. As cantinas beneficiadas com essa lei ainda não atuam com serviços de enoturismo.

O Banco do Agricultor, que é um instrumento que possibilita ao governo do estado conceder subvenção econômica, teve seis projetos de crédito para turismo rural aprovados em 2022, porém não foi possível saber se esses projetos liberados foram para alguma vinícola especificamente. Todavia, o programa está ativo e poderá ser acionado a qualquer tempo para demandas que envolvam tanto o turismo como a agricultura.

O PRT e o REVITIS foram os dois programas identificados com ações mais direcionadas para o segmento. O PRT no Paraná passou por um reordenamento dos municípios, o que gerou um aumento no número de IGRs, passando de 15 para 19 em 2023. Houve menção de duas vinícolas quanto a participar em IGRs, porém o PRT não é conhecido por 42,9% das vinícolas respondentes e por 26,7% dos técnicos e gestores de agricultura e turismo.

Com a estruturação da Secretaria de Estado do Turismo (SETU), o estado ganha celeridade na implementação da política de governo na área do turismo. Embora o plano de ação não contenha algo específico para o enoturismo, o turismo gastronômico é um segmento em destaque em que o vinho está relacionado (PARANÁ, 2023).

O Programa REVITIS, coordenado pela Secretaria da Agricultura e do Abastecimento (SEAB), é conhecido por 13 vinícolas e citado entre as principais ações realizadas pelo governo na temática da vitivinicultura. Entre os quatro eixos de atuação (produção, comercialização, agroindústria e turismo), a produção, por ser a primeira etapa no processo produtivo frente às demais, absorveu praticamente a totalidade do montante financeiro de mais de 7 milhões de reais liberados de 2020 até o presente (PARANÁ, 2023).

Para o Secretário Estadual da Agricultura e do Abastecimento, Norberto Ortigara, o Paraná pode alcançar padrões de desenvolvimento para produção de uvas e para o enoturismo semelhante ao Vale dos Vinhedos. Para isso, é necessário refinar a política pública e dar sustentação para ações estruturantes, que unam produção, vinho e turismo.

As vinícolas avaliaram a atuação do governo sobre as políticas públicas e programas voltados à vitivinicultura. Foi solicitado dar uma nota de 0 a 5 para essa questão. A média ficou em 2,5, mostrando que o governo está no meio do caminho e

que precisa construir mecanismos que sejam mais perceptíveis aos vitivinicultores das ações já realizadas, assim como ampliar estratégias de desenvolvimento para o fortalecimento do Paraná como um território da uva, do vinho e do enoturismo.

É importante ponderar que consolidar um destino do vinho não depende somente das vinícolas, nem somente do poder público, mas também de uma interligação com a cultura local, a paisagem, a gastronomia, os stakeholders, entre outros. Dixit (2022) defende que os investigadores do enoturismo, os gestores da indústria do vinho e os planejadores de destinos precisam compreender como a integração do setor primário que é a agricultura, o secundário que é a indústria do vinho e o terciário que é turismo diverge e converge através das facetas econômicas, culturais, geográficas e vocacionais.

No Paraná, parece haver um certo distanciamento, algo explicitamente segmentado entre as ações da agricultura e do turismo no que tange ao enoturismo. Parte das vinícolas não conhecem e não estão envolvidas no processo de governança do turismo e não se sentem beneficiadas com essa política pública. Por outro lado, as ações do poder público, embora atendam parte das atividades primárias e secundárias da vitivinicultura (com incentivos a novos polos produtores), estão desconectadas de um propósito direcionado ao enoturismo, ou seja, a atividade terciária que é o turismo.

Getz e Brown (2006) e Pina (2010) defendem que há a necessidade de uma ação simultânea no enoturismo envolvendo um conjunto de atrações, estratégias de projeção do destino, oportunidade de marketing e até mesmo a forma de comportamento do consumidor, tornando-o um produto turístico mais amplo e com maior robustez.

Devido à diversidade e aos inúmeros stakeholders envolvidos, o enoturismo é considerado um ecossistema complexo (Dixit, 2022). O modelo de ecossistema apresentado por Salvado (2016) coloca o território (paisagem), a cultura do vinho e o turismo como pilares estratégicos para a sustentabilidade do enoturismo, que demanda trabalho coletivo e união das partes interessadas.

É necessário melhorar a sinergia entre as partes interessadas no enoturismo paranaense, ou seja, vinícolas, gestores e técnicos de agricultura e turismo. As secretarias municipais e estaduais, em particular, de agricultura e turismo devem conversar e alinhar planos de trabalhos, que harmonizem seus objetivos e interesses, sem deixar de projetar ações estruturantes que potencializem o enoturismo.

Conforme a pesquisa de campo mostrou, o enoturismo representa 70% das vendas de vinho, constituindo-se como a principal fonte de renda para algumas vinícolas paranaenses. A literatura pontua as principais vantagens competitivas que o enoturismo pode trazer para uma vinícola. Na perspectiva da indústria e do destino, Getz e Brown (2006) ressaltam a amplitude de possibilidades que podem ser utilizadas para ofertar um produto diferenciado. Para Byrd et al. (2016), a vantagem competitiva está relacionada aos atributos que influenciam as visitas à uma região, destacando a experiência de consumo, a paisagem vinícola e todo o arcabouço de serviços de turismo e hospitalidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o interesse de diferentes regiões pela produção de uvas viníferas ou de mesa e a formação de novos clusters para o segmento de enoturismo no Brasil, a problemática central que norteou a pesquisa partiu da seguinte questão: como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná?

O objetivo do estudo foi analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e do enoturismo no território paranaense. Para que se pudesse responder ao problema inicial e atingir os objetivos da pesquisa, foram utilizados referenciais teóricos de autores nacionais e internacionais que embasaram a discussão sobre vitivinicultura, enoturismo e políticas públicas, e sustentaram os resultados da pesquisa. As informações coletadas ao longo do estudo permitiram delinear algumas considerações a respeito dos programas e políticas públicas identificadas como incentivos governamentais para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná.

O Paraná, mesmo não tendo a tradição da produção de vinhedos enraizada em sua cultura como o Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha, os vitivinicultores que iniciaram a atividade trouxeram características peculiares que permitiram iniciar um polo vitivinícola no estado. O processo organizativo dos vitivinicultores em associações contribuiu para fortalecer a vitivinicultura. A pesquisa de campo mostrou a expressiva participação das vinícolas em associações, caracterizando o trabalho coletivo na prospecção de ações direcionadas à vitivinicultura e ao vinho. A VINOPAR, a principal associação citada pelos respondentes do grupo 1, tem alcance territorial em todas as regiões produtoras e expressiva contribuição na consolidação do Paraná como um novo polo vitivinicultor no cenário nacional e na estruturação do segmento de enoturismo.

Atendendo aos objetivos específicos, foram identificados quatro programas focais como políticas públicas direcionados ao fortalecimento da vitivinicultura e do enoturismo. Entretanto, os dois que mais se destacaram foram o PRT com abrangência nacional e o REVITIS em âmbito estadual.

Observamos que as políticas públicas não se conversam e ficam restritas nos seus campos de atuação. PRT para quem é do turismo, REVITIS para agricultura. É preciso pensar em uma articulação no nível territorial para evitar lacunas e sobreposição das ações.

A regionalização do turismo, que já passou por atualizações desde 2003, tem possibilitado discutir alternativas para consolidar a atividade de turismo em diferentes municípios. Porém, apesar das IGRs buscarem incluir os destinos de enoturismo em sua pauta, várias vinícolas não participam das discussões e algumas sequer sabem da existência do PRT. O mesmo ocorre com os técnicos e gestores municipais, em especial com os da área da agricultura. A pesquisa identificou que existe um certo desconhecimento entre as áreas implicadas no segmento de enoturismo, ou seja, a agricultura e o turismo. Ambas precisam interagir para alinhar ações que possam ser potencializadas em benefício do setor.

Por outro lado, o REVITIS é conhecido por praticamente todas as vinícolas pesquisadas e por gestores e técnicos municipais de agricultura, entretanto, ainda é pouco conhecido pelos gestores municipais de turismo. Ainda que o programa tenha um eixo de atuação direcionado ao turismo, parece haver pouca interação no sentido de ambas as áreas trabalharem juntas, mesmo que respeitando suas especificidades.

O REVITIS, em quatro anos de existência, tem avançado no sentido da produção dos vinhedos, perceptível por meio dos projetos para implantação de parreirais financiados pela SEAB em parceria com as prefeituras municipais e o IDR-Paraná. Os demais eixos de atuação identificados no Programa seguem ações pontuais como regulamentação sanitária e promocional.

A partir da avaliação feita acerca de como as políticas públicas e programas incentivam o enoturismo no Paraná foi possível confirmar o pressuposto deste estudo, identificando mecanismos de desenvolvimento para a atividade de vitivinicultura e enoturismo no estado.

No âmbito da agricultura, as principais ações estão voltadas à produção de uvas, o que se justifica por ser a primeira etapa necessária à existência das demais (setor primário). No âmbito do turismo, as principais ações identificadas estão relacionadas à promoção do destino enoturístico, porém de forma generalizada. Não existe um direcionamento específico para o segmento, a não ser em algumas ações conduzidas no eixo turismo do Programa REVITIS e eventos promocionais

conduzidos pela VINOPAR. Contudo, essas ações ainda são incipientes no sentido de consolidar o Paraná como um destino turístico do vinho.

Verificou-se, portanto, pela análise documental e pelas entrevistas, que as ações governamentais voltadas ao desenvolvimento do enoturismo existem, estão influenciando mudanças principalmente na formação de novas regiões produtoras, porém ainda não são suficientes para desenvolver o segmento no estado. Há que se pensar o enoturismo de forma sistêmica, com envolvimento de diferentes áreas afins, e trabalhar para que haja sinergia entre os atores envolvidos, isto é, vinícolas, governança de turismo, gestores e técnicos públicos de agricultura e turismo, impulsionando assim tanto a produção dos vinhedos como suas correlatas atividades, em especial o turismo do vinho.

O aprimoramento dos serviços em enoturismo nas estruturas já existentes, identificadas em 17 vinícolas localizadas em diferentes regiões do estado, o fomento à implementação de novos roteiros e produtos enoturísticos, assim como a promoção em escala nacional e internacional podem contribuir de forma significativa para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná.

Portanto, a pesquisa é relevante à medida que contribui para identificar as políticas públicas existentes que impactam as ações do enoturismo, assim como para ampliar os canais de divulgação dessas políticas públicas aos diferentes atores entrevistados, além da sociedade em geral e das esferas acadêmicas.

Além disso, as demandas de ações governamentais sugeridas pelos respondentes serão analisadas, discutidas com a governança de turismo e com as associações de vitivinicultores e posteriormente inseridas no planejamento do Eixo Turismo do REVITIS e do Programa de Turismo Rural coordenados pelo IDR-Paraná.

A execução do trabalho permitiu uma compreensão mais abrangente do cenário do enoturismo no Paraná, envolvendo tanto os problemas estruturais quanto as oportunidades de melhoria para o desenvolvimento da atividade. Esta expansão do horizonte de conhecimento por parte da coordenação estadual do Programa de Turismo Rural do IDR-Paraná certamente permitirá ações futuras direcionadas e com maior embasamento técnico.

É importante ressaltar que há poucos estudos envolvendo o enoturismo como uma política pública, além de indicadores que possibilitem avaliar a efetividade dessas políticas públicas empregadas no setor. Portanto, como oportunidade para novas pesquisas, sugere-se avaliar a efetividade dos recursos aplicados pelo REVITIS na

implementação de novos vinhedos; identificar e analisar a formação de novos clusters de enoturismo; propor estudos que contribuam na articulação de um ecossistema de enoturismo para o Paraná.

Com a realização deste estudo espera-se contribuir efetivamente na discussão sobre a importância das políticas públicas para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná e a contribuição dos técnicos e gestores na articulação e execução dessas políticas, seja em âmbito municipal, estadual ou federal. Espera-se também que o estudo possa estimular novos projetos de pesquisa com essa temática, assim como suscitar o interesse dos gestores públicos na formulação de novas políticas públicas para o segmento do enoturismo.

REFERÊNCIAS

ALANT, Karin; BRUWER, Johan. Conjuntos de visitação de vinícolas Adega visitação Movimentos espaciais intrarregionais do vinho conjuntos turistas em regiões de marca. *Jornal Internacional do Vinho Pesquisa de negócios* v. 22 n. 2, 2010.

ALONSO, Abel Duarte; BRESSAN, Alessandro; O'SHEA, Michelle; e KRAJSIC, Vlad. Benefícios e desafios percebidos para o envolvimento do enoturismo: Uma Perspectiva Internacional. *Revista Internacional de Pesquisa em Turismo, Int. J. Turismo Res.*,17:66–81, 2015.

ALONSO, Angela. Métodos qualitativos de pesquisa: uma introdução. In: *Métodos de pesquisa em ciências sociais: bloco qualitativo*. Sesc São Paulo/CEBRAP: São Paulo, 2016.

ANDRADE, Ilário Caubi Fraga de. Fatores críticos de sucesso: estudo do enoturismo no Vale dos Vinhedos na percepção do enoturista. *Dissertação Turismo e Hotelaria, UNIVALI, Balneário Camboriú*, 2021.

ANPROVIN, 2022. Disponível em: <https://anprovin.com.br/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

ARNAIZ, Marta Martinez; HERNANDO, Fernando Miller. O valor patrimonial da paisagem como imagem de qualidade na estratégia comercial dos territórios vitivinícolas do Douro. *Cadernos Geográficos* 58, 169-194, 2019.

AREV. Assembleia das Regiões Vitícolas Europeias (AREV). Disponível em <https://www.arev.org>. Acesso em 16/07/2022.

BANTIM, Natasha Ribeiro; FRATUCCI, Aguinaldo César. Gestão regional do turismo – participação e representatividade no Conselho Regional de Turismo das Agulhas Negras- RJ *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 13, p. 108-124, jan./abr 2019.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução: LUIS Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo, edições 70, 2016.

BARBOSA, Fabrício Silva. Contribuição das práticas de sustentabilidade para a competitividade do enoturismo no setor vitivinícola: um estudo em regiões do Estado do Rio Grande do Sul – Brasil. *Tese (doutorado)*, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo-RS 2019.

BERNIER, Enrique Torres; VALDUGA, Vander; GABARDO, Wagner. Otávio; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. Enoturismo na região metropolitana de Curitiba: realidades e desafios de um novo território do vinho. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimônio Cultural*, v. 18, n. 1. P. 39-56, 2020.

BELLÉ, Soeni; TONINI, Hernanda; VIEIRA MEDEIROS, Rosa Maria. A experiência enoturística e sua relação com a paisagem na Serra Gaúcha, Brasil. PASOS Revista de Turismo e Patrimônio Cultural, v. 20, n. 4, p. 979–996, 2022.

BENI, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC/SP (1998).

----- . Política e Planejamento Estratégico no Desenvolvimento Sustentável do Turismo. Turismo em Análise, v. 17, n. 1, p. 5-22, maio 2006.

BENI, Mario Carlos; MOESCH, Marutscka. A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. Turismo - Visão e Ação, v. 19, n. 3, p. 430-457, 2017.

BORSELLINO, Valéria; MIGLIOREA, Giuseppina; D'ACQUISTOA, Marcello; DI FRANCOA, Caterina Patrizia; ASCIUTOA, Antônio; SCHIMMENTIA, Emanuele. Vinho verde através de uma produção responsável e eficiente: um estudo de caso de um produtor de vinho siciliano sustentável. Agricultura e Ciências Agrícolas Procedia 8, 2016.

BYRD, Erick T.; CANZIANI, Bonnie; HSIEHB, Yu-Chin (Jerrie); DEBBAGEC, Keith; SONMEZ, Sevil. Enoturismo: Motivar os visitantes através de serviços essenciais e complementares. Gestão de Turismo 52, 19-29, 2016.

BRÁS, José Miguel; COSTA, Carlos; BUHALIS, Dimitrios. Análise de redes e rotas do vinho: o caso da Rota do Vinho da Bairrada, The Service Industries Journal, 30:10, 1621-1641, 2010.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Lei nº 12.959, de 19 de março de 2014 (Lei do Vinho Colonial). Brasília: MAPA, 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Ação Municipal para a Regionalização do Turismo. Brasília: MTur, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: diretrizes. Brasília: MTur, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Método para a Categorização do Mapa do Turismo Brasileiro. Brasília: MTur, 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. Mapa do Turismo 2023. Brasília: MTur, 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. Estratégias territoriais para o desenvolvimento turístico. Brasília: MTur, 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Lei nº 13.648, de 11 de abril de 2018 (sucos e polpas em estabelecimento familiar rural). Brasília: MAPA, 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Decreto Nº 10.026, de 25 de setembro de 2019 (sucos e polpas em estabelecimento familiar rural). Brasília: MAPA, 2019.

BRUSADIN, Leandro Benedini. Estudo da avaliação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 87-111, 2, 2005.

CAPEL, Lívia Santos. Caracterização genética de porta-enxertos de videira empregando marcador molecular. RAPD. Maringá, 2008.

CARMICHAEL, Bárbara.; Compreendendo a experiência do enoturismo para visitantes de vinícolas na região de Niágara, Ontário, Canadá. *Geografias do Turismo*, v. 7, n. 2, 2005.

------. Entendendo a Experiência de Enoturismo para Visitantes de Vinícolas na região do Niágara, Ontário, Canadá. *Geografias do Turismo*. V. 7, 2005. Edição 2 p. 185-204. Publicado online: 05 Nov. 2010.

CENSON, Dianine. A policy image do turismo no Brasil. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, RS, 2022.

COMISSÃO EUROPEIA. Green Deal: propostas pioneiras para restaurar a natureza da Europa até 2050 e reduzir pela metade o uso de pesticidas até 2030. Disponível: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3746. Acesso em 16 jul. 2022.

CONCEIÇÃO, Cálidon Costa da. Desenvolvimento de um modelo analítico de governança regional de turismo. Tese doutorado em Turismo e Hotelaria, UNIVALE, 2018.

COSTA, Ewerton Reubens Coelho; CAMELO, Priscila Medeiros; LINHARES, Thereza Vacnia Cartaxo De Arruda. Os contributos do mercado de vinhos e do enoturismo para o fortalecimento do turismo no Brasil. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 19, 2015.

COSTA, Adriano; KASTENHOLZ, Elisabeth. O enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas. *Congresso De Desenvolvimento Regional De Cabo Verde*, 15, p. 1489-1508, Coimbra, 2009.

DI GIOVANNI, Geraldo. As estruturas elementares das políticas públicas. Universidade Estadual De Campinas – Unicamp Núcleo De Estudos De Políticas Públicas – NEPP. *Caderno de Pesquisa* n. 82, 2009.

DIXIT, Saurabh Kumar. *Manual de Enoturismo de Routledge* / editado por Saurabh Kumar Dixit. Primeira edição. | Abingdon, Oxon; Nova York, NY: Routledge, 2022.

DOLCI, Tissiane Schmidt; TONINI, Hernanda; SOUZA, Marcelo. A rede organizacional e suas interações no desenvolvimento do enoturismo: O caso da rota turística Vale dos Vinhedos no Brasil. *Journal of Tourism & Development* | n. 36, v. 1, 2021.

DOLCI, Tissiane Schmidt; VALDUGA, Vander; CRISTOVÃO, Artur Fernando Arede Correia; SILVA, Leonardo Xavier; SOUZA, Marcelino. Incentivos e restrições relacionados ao desenvolvimento de um destino enoturístico: uma nova abordagem econômica institucional. *Jornal de Dinâmicas Espaciais e Organizacionais*, vol. IX, Edição 1, 2021.

EASTON, David. *Uma teoria de análise política*. Editora Zahar, 1968.

EMBRAPA UVA E VINHO. *Dia de Campo na TV – Boas práticas na produção de uva para processamento* (2014). Disponível em: <http://www.embrapa.br/diacampo>. Acesso em 20 jul. 2022.

EMBRAPA UVA E VINHOS. *Indicações geográficas*. Disponível em: <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil>. Acesso em 24 fev. de 2023.

EMBRAPA UVA E VINHOS. *Sistema de Informações da Área de Vinhos e Bebidas (SIVIBE)*. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: fernando.protas@embrapa.br. 06 mar. 2023.

FEGER, José Elmar; VEIS, Evandro Luis. *A regionalização do turismo no contexto da política pública de desenvolvimento turístico brasileiro: o caso de duas regiões localizadas no estado do Paraná*. *CULTUR*, ano 12 – n. 01 – fev. 2018.

FIGUEREDO, Oscar Agustín Torres; MIGUEL, Lovois de Andrade. *Algumas considerações sobre o Desenvolvimento Rural a partir da perspectiva sistêmica*. *Anais do VII Congresso Brasileiro de Sistemas de Produção, SBSP, Fortaleza, 2007*.

FILLUS, Diogo. *A percepção de qualidade pelo enoturista em vinícolas da Região Metropolitana de Curitiba – PR – Brasil*. *Dissertação Mestrado Turismo e Hotelaria. UNIVALI – Balneário Camboriú – SC, 2021*.

FINO, Patrícia; MATHEUS, Zilda Maria. *Políticas Públicas: O Turismo no Brasil através da análise do novo institucionalismo*. VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP, 2010.

FORONDA-ROBLES, Concepción. "A redefinição territorial da Paisagem Vinha na região vinícola do Xerez (Espanha)" *Miscelânea Geográfica*, v. 22, n. 2, 2018.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. *A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: As possibilidades das redes regionais de turismo*. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, 2008.

GABARDO, Wagner Otávio. *A Paisagem Sensível do Enoturismo: Uma Abordagem Fenomenológica*. *Dissertação (Mestrado em Turismo)*, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, 2019.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; COSTA, Michele Leandro. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. *Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo*, v. 6, 2011.

GETZ, Donald; BROWN, Graham. Fatores críticos de sucesso para regiões de enoturismo: Uma análise da procura”. *Gestão de Turismo* 27, pp. 146-158, 2006.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 7ª ed. Barueri (SP): Atlas, 2022.

GONZALES SAN JOSE, Maria Luisa. Enoturismo e ambientes sustentáveis. árvore, p.193 a 399, 2017.

HALL, C. Michael. Planejamento turístico: políticas, processos e planejamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, Colin Michael; SHARPLES, Liz; CAMBOURNE, Brock; MACIONIS, Niki (Org.). Enoturismo no mundo: desenvolvimento, gestão e mercados. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.

IBGE. Produção agropecuária 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/uva/br>. Acesso em: 19 ago.2023.

INACIO, Ana Isabel. O Enoturismo: da tradição à inovação, uma forma de desenvolvimento rural Actas do III Congresso de Estudos Rurais (III CER), Faro, Universidade do Algarve, 1-3 nov. 2007.

IRVING, Marta de Azevedo; LIMA, Marcelo Augusto Gurgel; NASRI, Yasmin Xavier Guimarães. Turismo e áreas protegidas: tendências globais e desafios para a integração de políticas públicas. *Dossiê Turismo, Patrimônio e Políticas Públicas*, n. 54, 2022.

LAVANDOSKI, JOICE. O Enoturismo: da tradição à inovação, uma forma de desenvolvimento rural. Dissertação de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, RS, 2008.

LAVRADOR SILVA, Ana; KASTENHOLZ, Elisabeth; LIMA, Joana. O papel da Paisagem na experiência de Enoturismo – o caso de Favaios1. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2012.

LIMA, Marcelo Augusto Gurgel; IRVING, Marta de Azevedo; OLIVEIRA, Elisabeth. Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil: uma leitura crítica sobre o turismo de base comunitária (TBC). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo,2022.

LOPEZ-GUZMÁN, Tomas; GARCIA, Juan Rodrigues; RODRIGUES, Áurea Vieira. Revisão da literatura científica sobre enoturismo na Espanha. *Cadernos de Turismo*, n. 32, Universidade de Múrcia, 2013.

MARQUES, Eduardo; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. A Política Pública como Campo Multidisciplinar. São Paulo, Rio de Janeiro: Editora Unesp, Editora Fiocruz, 2013.

MARTINS, Leylane Meneses; VILAR, José Wellington Carvalho. O Aplicativo Governança Turística (GTur): ferramenta de gestão do turismo. Turismo e Sociedade (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 15, n. 1, jan-abr, 2022.

MATIAS-PEREIRA, José. Manual de gestão pública contemporânea/ José Matias-Pereira. - 4. ed - São Paulo: Atlas, 2012.

MEDEIROS, Rosa Maria Vieira; LINDNER, Michele. Patrimônio, turismo e vitivinicultura [livro eletrônico]: marcas na paisagem / -- 1. ed. -- Alvorada, RS: Jad Editora Editoração Gráfica, 2021.

MEDIOTTE, Elias José. Avaliação da governança em instâncias deliberativas coletivas e sua relação com o planejamento turístico no município de Tiradentes (MG). Dissertação Mestrado em Administração. Viçosa, MG, 2020.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de; MACHADO, Carlos Alberto Ely. Vitivinicultura brasileira: panorama 2021. EMBRAPA comunicado técnico 226 Bento Gonçalves, RS Dezembro, 2022.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de; MACHADO, Carlos Alberto Ely. Vitivinicultura brasileira: panorama 2020. EMBRAPA comunicado técnico 223. Bento Gonçalves, RS Outubro, 2021.

MINASI, Sarah Marroni; LOHMANN, Gui; VALDUGA, Vander. Sistemas de Informação Geográfica são ferramentas críticas para gerenciar regiões de enoturismo. Geografias de Turismo, 2020.

MINASI, Sarah Marroni; KAIZER, Éverton Felipe; OLIVEIRA, Rodrigo Mesquita. Participação social e políticas públicas de turismo: o programa de regionalização do turismo brasileiro iluminando o turismo. A Pathmaking Jornal, 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NITSCHKE, Leticia Bartoszeck; NERI, Luciane de Fátima; PINHEIRO, Zulméia Ferreira. O potencial de Bituruna para o enoturismo, no Estado do Paraná, Brasil. Turismo & Sociedade (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 7, n. 3, p. 542 – 553, jul., 2014.

NOGUEIRA, Marco Aurélio; DI GIOVANNI, Geraldo. Política pública, globalização e Estado democrático. Revista ILP n. 1 – Ano 1. Out. 2015.

OLIVEIRA, Josefa Laize Soares; SILVA, Juarez Velozo; TOMAZZONI, Edegar Luis; PANOSSO NETO, Alexandre. Análises da governança turística com base nas visões

de ex-ministros do turismo do Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 2022.

OLIVEIRA, Paulo Victor Poncio de. Complexidade das políticas públicas - reflexões ontológicas e epistemológicas no campo educacional. *ENTRELETRAS*, Araguaína/TO, v. 8, n. 1, jan./jun. 2017.

OIV. Perspectivas para a produção mundial de vinho primeiras estimativas da OIV para 2022. Disponível em: https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/Perspectivas_de_la_produccion_mundial_de_vino_en_2022_OIV_0.pdf. Acesso em: 05 jul.2023.

OIV. Atualização da conjuntura do setor vinificação mundial em 2022. Disponível em: https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV_Actualidad_de_la_coyuntura_de_l_sector_vitivinicola_mundial_en_2022_0.pdf. Acesso em: 05 jul. 2023.

PARANÁ. Agência Estadual de Notícias. Conquista de Indicação Geográfica abre novos mercados para vinho de Bituruna. Curitiba: AEN, 2022.

PARANÁ. Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS). Curitiba: SEAB, 2023.

PARANÁ. Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER. Banco do Agricultor Paranaense. Curitiba: IDR-Paraná, 2023.

PARANÁ. Secretaria do Turismo. Regiões turísticas do Estado do Paraná. Curitiba: SETU, 2023.

PEREIRA, Giuliano Elias Pereira; TONIETTO, Jorge; ZANUS, Mauro Celso; SANTOS, Henrique Pessoa dos; PROTAS, José Fernando da Silva; MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. *Vinhos no Brasil: contrastes na geografia e no manejo das videiras nas três viticulturas do país*. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2020.

PINA, Antonio José Silva. *Contributo do enoturismo para o desenvolvimento de regiões do interior: o caso da rota dos vinhos do Alentejo*. Dissertação de Mestrado em Turismo, Universidade Lusófona de Lisboa, 2009.

------. Estratégias de marketing para o enoturismo português. *Journal of Tourism Studies COGITUR*. Revista 3-AC8, 28-10, 2010.

PIMENTEL, Thiago Duarte; PIMENTEL, Mariana Pereira Chaves; VIDAL, Josep Pont. Políticas públicas de turismo numa perspectiva normativa comparada: os casos de Brasil e Espanha. *Pasos*, 15, (2), 293-310, 2017.

PINTO, CYNTHIA. Políticas públicas para o enoturismo. A intervenção governamental em países da América latina. *Revista Turismo & Desenvolvimento* 2017.

PRESIDENCIA DA REPÚBLICA. Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/1996. Brasília,1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm, Acesso em 03/03/2023.

RAMOS, Paulo Matos Graça; SANTOS, Vasco. A experiência enoturística: uma definição e revisão do conceito in Turismo e Hotelaria no Contexto da Experiência (recurso eletrônico) pp 358-383, org. Adriana Brambilla et al, João Pessoa, Ed. CCTA. Série Turismo & Hotelaria UFP, 2021.

ROJAS, Gonzalo. Estado da arte do enoturismo a nível global. Editado por Alliance Infyde-Vinifera. COD 18 Prof.105292. Relatório final Santiago do Chile, 2019.

ROMANO, Roberta Giraldi et al. Ecoenogastronomia – sustentabilidade e resgate cultural na produção de vinhos na Serra Gaúcha, Brasil. *Ágora*. Santa Cruz do Sul, v. 21, n. 01, p. 93-105, jan./jun. 2019.

SALVADO, Josefina Olívia Marques Godinho. Ecosistema de enoturismo: proposta de modelo de petição de partes interessadas. *Revista Internacional de Turismo e Hotelaria*, 6(2), 77-93, abr. 2016.

SALVADO, Josefina; KASTENHOLZ, Elisabeth. Ecosistemas de Enoturismo sustentáveis via Coopetição. *Revista Turismo & Desenvolvimento* n. 27/28, 2017.

SALVADO, Josefina; MARQUES, Jorge; REMELGADO, Patrícia. Dinâmicas Culturais nas Rotas dos Vinhos como forma de criação de valor na experiência turística. *Revista Turismo & Desenvolvimento* n. 27/28, 2017.

SANCHEZ, Amador Durán; RAMA, María de La Cruz Del Río; GARCÍA, José Álvarez. Análise bibliométrica de publicações sobre enoturismo nas bases de dados Scopus e WoS. *Pesquisa Europeia em Gestão e Economia Empresarial* 23 8–15, 2017.

SANTIAGO, Lucas Ferreira. *Enologia e Enogastronomia*. Universidade Positivo, 2018.

SANTOS, Vasco Ribeiro dos. *Enoturismo: vinho e enoturismo de experiência. Novas ferramentas para sua caracterização e medição no vinho do Porto e da Madeira*. Tese de Doutorado em Turismo, Universidade de Sevilha, 2020.

SANTOS, Vasco; RAMOS, Paulo Matos Graça; SOUSA, Bruno Barbosa; MARCO, Valeri. Rumo a uma estrutura do sistema global de enoturismo. *Journal of Organizational Change Management*, 2021.

SANTOS, Vasco; RAMOS, Paulo Matos Graça; ALMEIDA, Nuno; SANTOS-PAVÓN, Enrique Luis. Enoturismo e enoturismo experiência: uma revisão teórica e conceitual. *Temas mundiais de hospitalidade e turismo*, v. 11, n. 6, p. 718-730, 2019.

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da política pública. In: SARAVIA, Enrique e FERRAREZI, Elisabete. *Políticas Públicas: Coletânea*. Brasília: ENAP, p.21-42, 2006.

SCHIMMENTI, Emanuele; MIGLIORE, Giuseppina; DI FRANCO, Caterina Patrizia; BORSELLINO, Valeria. Existe empreendedorismo sustentável na indústria do vinho? Explorando a Sicília vinícolas participantes do programa SOSTain. *Economia e Política do Vinho* 5, 2016.

SCHMIDT, João Pedro. Para estudar políticas públicas: aspectos conceituais, metodológicos e abordagens teóricas. *Revista do Direito* [ISSN 1982-9957]. Santa Cruz do Sul, v. 3, n. 56, p. 119-149, set/dez. 2018.

SEAB/DERAL. Dados viticultura paranaense 2021. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: pauloandrade@seab.pr.gov.br. 25 jul. 2022.

SECCHI, Leonardo. Políticas públicas: Conceitos, esquemas de análise, casos práticos /Leonardo Secchi, -2. ed. - São Paulo: Cengage Learning, 2017.

SEGATA, Jean. Covid-19, biossegurança e antropologia. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, ano 26, n. 57, p. 275-313, mai/ago. 2020.

SILVA, Fabiana dos Santos; COSTA, Sarany Rodrigues; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de. Políticas públicas de turismo no Brasil: Estratégias para administração da atividade no país. *Gestão e Tecnologia para a Competitividade. X SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*. Resende - RJ, out. 2013.

SIMÕES, Orlando. Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinho. *PASSOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), p. 269-279, 2008.

SOUZA, Celina. A Introdução Políticas Públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: conceitos, tipologias e sub-áreas. Trabalho elaborado para a Fundação Luís Eduardo Magalhães, em dezembro de 2002.

SOUZA, Regina Celeste de Almeida; CORDEIRO, Tiago Sá Teles (Org). *Turismo: reflexões sobre a dimensão territorial*. – Salvador: Editora Unifacs, 2014.

SOTTINI, Veronica Alampi; BARBIERATO, Elena; BERNETTI, Lacopo; CAPECCHI, Irene; FABBRIZZI, Sara; MENGHINI, Silvio. Winescape perception and big data analysis: An assessment through social media photographs in the Chianti Classico region. *Wine Economics and Policy*, v. 8, n. 2, p. 127-140, 2019.

TONINI, Hernanda. Estado e turismo: políticas públicas e enoturismo no vale dos vinhedos. *Dissertação (Mestrado em Turismo) UCS, Caxias do Sul: 2007*.

TONINI, Hernanda; LAVANDOSK, Joice. Enoturismo, território y periferia: un estudio de caso en el Vale dos Vinhedos (RS, Brasil). *Estud. perspect. tur.* [online] v.19, n.3, pp. 346-358, 2010.

TONINI, Hernanda; LAVANDOSKI, Joice; BARRETTO, Margarita. Políticas públicas e enoturismo: o plano diretor do Vale dos Vinhedos, Sul do Brasil. *Book of proceedings vol. i – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 829, 2011*.

TRENTIN Fábia. Turismo e Governança: abordagem teórica. *IX SEMINTUR. Turismo: produção científica, conhecimento (s) e Inteligência (s)*, 2017.

TRENTIN, Fábila. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural. ISSN 1695-7121. vl. 14 n. 3. Special Issue pp. 645-658, 2016.

TRENTIN, Fábila; FRATUCCI, Aguinaldo César. Política nacional de turismo no Brasil: da municipalização à regionalização. Turismo & Management Studies, v. 1, pp. 839-848 Universidade do Algarve Faro, Portugal, 2011.

TREVISAN, Andrei Pittol; VAN BELLEN, Hans Michael. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção Rap – Rio de Janeiro 42(3):529-50, mai/jun. 2008.

UVIBRA. Mercado interno - Vinhos finos, espumantes e suco começam 2022 em alta. Disponível em <http://www.uvibra.com.br>. Acesso em: 20 jul. 2022.

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

-----: O Processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos – RS. V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. Belo Horizonte/MG – 25ª 26 de agosto de 2008.

-----: O desenvolvimento do enoturismo no vale dos vinhedos (Rs/Brasil). CULTUR, ano 06 – n. 02 - Jun/2012.

VALDUGA, Vander; MINASSE, Maria Henriqueta S. G. G. O Enoturismo no Brasil: Principais Regiões e Características da Atividade. Territoires du vin, [s. l.], 2018.

VALDUGA, Vander; GABARDO, Wagner Otávio; MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes. Paisagens do vinho e enoturismo: experiências de alto valor. Para Onde!? Edição Especial - Geografia(s) do Turismo, v. 16, n. 02, p. 251-265, 2022.

VEAL, A. J. Metodologia de pesquisa em lazer e turismo / A. J. Veal ; tradução Gleice Guerra, Mariana Aldrigui. – São Paulo: Aleph, Série turismo, 2011.

VELASCO, Maria. Entre o poder e a racionalidade: governo do turismo, política de turismo, planejamento. PASSOS. Revista de turismo e patrimônio cultural. ISSN 1695-7121. v. 14 n.3. Edição Especial pp. 577-594. 2016.

VELASCO, Maria, TRENTIN, Fábila. Evolução da política de turismo no Brasil e Espanha: enfoque nas redes de atores. V Congresso Internacional em Governo, Administração e Políticas Públicas GIGAPP-IUIOG. Instituto Nacional de Administração Pública, Madrid, Espanha, 29 set a 1 out, 2014.

VÁZQUEZ DE LA TORRE, Genoveva Millan; NAVARRO, Amparo Melian. Enoturismo e desenvolvimento rural: uma aplicação empírica. LÍDER. 12(17): 159-175, 2010.

VERGARA, Silvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 2ª ed. Editora Atlas S.A, SP,2003.

VINOPAR. Relatório preliminar da vitivinicultura paranaense. Disponível em: <https://vinopar.com.br/wp-content/uploads/2020/03/DadosVinopar2019.pdf> Acesso em: 30 jun. 2021.

----- . Regiões produtoras. Disponível em <https://vinopar.com.br/terroir/a-regiao/>. Acesso em 11 out. 2022.

----- . Festival Vinopar. Disponível em: <https://vinopar.com.br/fvvp12019/>. Acesso em: 03 ago. 2023.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez. 2014.

YADAV, Manoj Kumar; DIXIT, Saurabh Kumar. O crescimento e a evolução do enoturismo global. In: DIXIT, Saurabh Kumar (Org.). *Manual de Enoturismo de Routledge / editado por Saurabh Kumar Dixit. Primeira edição.* | Abingdon, Oxon; Nova York, NY: Routledge, 2022.

ZAMARREÑO ARAMENDIA, Gorka.; RUÍZ, Elena Cruz; e HERNANDO NIETO, Claudia. Digitalização da experiência do enoturismo: revisão de literatura e aplicações práticas. *Doxa Comunicação*, 33, p. 257-283, 2021.

ZANINI, Talise Valduga; ROCHA, Jefferson Marçal. 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, n. 1, abr. 2010.

ZIBERT, Maja; ROZMAN, Crtomir; RANGUS, Marjetka; BRUMEN, Bostjan. O papel do governo local Esloveno na promoção do enotruismo. *LEX LOCALIS - Journal Of Local Self-Government*. v. 18, n. 4, pp. 739 – 766, out. 2020.

APÊNDICES

Apêndice 1

Formulário de campo utilizado para entrevista

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 MESTRADO EM TURISMO
 Terezinha Busanello Freire – (45) 999627168/busanellofreire@ufpr.br

**ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM VINÍCOLAS ESTRUTURADAS PARA
 ENOTURISMO NO PARANÁ**

Bloco 1 – Identificação da vinícola

1.1 – Nome da vinícola:
1.2 – Cidade:
1.3 – Contatos: Telefone: Email: Redes sociais:

Bloco 2 – Identificação do entrevistado

2.1 – Nome:
2.2 – Contato:
2.3 - Profissão/cargo atual:
2.4 – Escolaridade:

Bloco 3

3.1 Quanto do trabalho na vinícola é feito por mão de obra familiar e/ou contratada? Familiar. Número de pessoas ----- Contratada. Número de pessoas -----
3.2 Há quantos anos atua na vitivinicultura? -----

<p>3.3. Com relação à produção de uva utilizada para elaboração dos vinhos é:</p> <p>() 100 % produzida na propriedade</p> <p>() 50 % produzida na propriedade</p> <p>() 100 % adquirida de terceiros.</p> <p>() 50 % adquirida de terceiros</p> <p>() Outros valores: Indique em % -----</p>
<p>3.4 Se a matéria-prima for adquirida de terceiros, qual a procedência?</p> <p>() Paraná. Quantidade em %-----</p> <p>() Santa Catarina. Quantidade em %-----</p> <p>() Rio Grande do Sul. Quantidade em %-----</p> <p>() Outros. Quais-----</p>
<p>3.5 Qual a produção anual de vinho dos últimos 5 anos (litros)?</p>
<p>3.6 Há quantos anos a vinícola atua com atividade de enoturismo?</p> <p>-----</p>
<p>3.7 Qual a infraestrutura da vinícola para receber o turista?</p> <p>() sala de recepção () banheiros () sala de degustação () áreas abertas () hospedagem () restaurante () Acessibilidade</p> <p>() Outras. Quais: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>3.8 Quantos turistas a vinícola recebeu por ano (últimos 5 anos)?</p>
<p>3.9 Do ponto de vista comercial, o enoturismo é importante para a vinícola?</p> <p>() Sim () Não</p> <p>Por quê?-----</p>
<p>3.10 Com relação à atuação e a participação do poder público para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná, atribua uma nota de 0 a 5.</p> <p>() 0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5</p>

<p>3.11 Percebe ou foi beneficiário de algum programa ou política pública voltada ao desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo?</p> <p>() Sim. Quais -----</p> <p>() Não</p>
<p>3.12 Quais ações foram realizadas pelo poder público para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo? E quais os resultados obtidos?</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>3.13 Você conhece o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense – REVITIS?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>3.14 Você conhece o Programa de Regionalização do Turismo?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>3.15 A sua vinícola integra alguma associação de vitivinicultores e/ou de turismo?</p> <p>() Sim. Quais? -----</p> <p>() Não</p>
<p>3.16 Que ações o poder público deve realizar para melhor desenvolver o enoturismo em âmbito:</p> <p>Local: -----</p> <p>Regional: -----</p> <p>Estadual:-----</p>
<p>Informações adicionais:</p>

Apêndice 2

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM TÉCNICOS E REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO MUNICIPAL

Bloco 1 – Identificação do responsável pela entrevista

1.1 Nome do responsável pelas informações -----
1.2 Cidade/Contato Cidade: ----- Contato email e telefone: -----
1.3 Qual a secretaria e o cargo que exerce? Secretária: ----- Cargo: -----
1.4 Há quanto tempo está no cargo? -----

Bloco 2

2.1 Qual a representatividade econômica da atividade turística para o município em termos percentuais? ----- -----
2.2 O enoturismo contribui para o desenvolvimento do turismo no município? Existe alguma forma de mensurar? Possui dados disponíveis? ----- -----
2.3 Qual a responsabilidade e o papel do poder público com relação ao enoturismo? ----- ----- ----- -----

<p>2.4 O programa do governo municipal contempla ações direcionadas ao enoturismo?</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>2.5 Qual o diálogo existente entre o poder público e os vitivinicultores do município?</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>2.6 São realizados eventos ou outras ações que promovam os roteiros de enoturismo no município? Quais?</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>2.7 Você conhece o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense – REVITIS?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>2.8 Você conhece o Programa de Regionalização do Turismo</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>2.9 Quais os programas ou políticas públicas executados no município destinados aos vitivinicultores e às vinícolas para a ampliação da área produzida e para estruturação do enoturismo?</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>Informações adicionais:</p>