

Enoturismo e segurança nas tendências do período pós-pandêmico: análise do Vale dos Vinhedos

SOFIA VENDRAME FERREIRA

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus São Paulo

GABRIEL ELIAS SOUZA SILVA

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus São Paulo

ANA CAROLINA PADUA MACHADO

Universidade de São Paulo - USP - FFLCH

RODRIGO RIBEIRO DE OLIVEIRA

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus São Paulo

JULIA PEREIRA GONÇALVES

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus São Paulo

RESUMO

O artigo visa contribuir com o enoturismo como alternativa de um segmento turístico seguro e uma tendência em meio ao período pós pandêmico no Vale dos Vinhedos, região localizada no Rio Grande do Sul. Para a justificativa, pode-se apontar o crescente interesse e consumo de vinhos durante a pandemia da COVID-19, além de novas tendências no turismo como destinos com mais atrativos ao ar livre após o período de isolamento social, novas preocupações com saúde e preferências por atividades visando gestão de riscos. O método de abordagem utilizado foi o indutivo. Com isso, verificou-se a relação entre as medidas de prevenção adotadas durante a pandemia da Covid-19 e a necessidade de informar aos visitantes sobre elas, mostrando que as vinícolas analisadas preocupam-se com a segurança dos seus consumidores, visto que é um fator importante para a visita. Com o enoturismo sendo uma prática realizada majoritariamente ao livre, o segmento supre a demanda de visitantes que manterão as preocupações com a segurança, gestão de riscos, saúde e qualidade de vida decidir o destino para a viagem no período pós-pandêmico.

Palavras-chave: turismo; enoturismo; pandemia; tendência; segurança; vinho.

ABSTRACT

The project seeks to contribute with wine tourism as a security alternative of the tourism segment and a tendency in the midst of the post pandemic period at Vale dos Vinhedos, region located in Rio Grande do Sul. To justify the project, one can point out the growing interest and consumption of wines during the covid-19 pandemic, beyond the news tendencies on tourism like destinations with more outdoors activities after the social isolation period and new worries about health and preferences for activities aimed at the risk management. The approach method used was the inductive. Thus, was verified the relationship between the preventive measures adopted during the Covid-19 pandemic and the need to inform visitors about them, showing that the analyzed wineries are concerned with the safety of their consumers, since it is an important factor for the visit. With enotourism being a practice carried out mostly outdoors, the segment meets the demand for visitors who will maintain concerns about safety, risk management, health and quality of life to decide the destination for the trip in the post-pandemic period.

Key-words: tourism; enotourism; pandemic; tendency; security, wine.

1 - INTRODUÇÃO

Durante a pandemia da Covid-19, a Wine South American (2020) aponta que o setor de vinhos teve um crescimento das vendas no mercado, representando 82% dos produtos nacionais durante o mês de junho de 2020. O interesse por conhecimento em torno da vitivinicultura diante desses dados expressivos nunca vistos anteriormente no Brasil, não seria diferente, pois o vinho é um elemento essencial de marketing para as áreas vinícolas e pode ser um fator importante, na medida em que diz respeito à atração de turistas para essas regiões (YE; ZHANG; YUAN, 2014 apud ANDRADE, 2021).

A venda de vinhos finos (34,39%), espumantes (89,16%) e suco de uva (60,15%) em janeiro e fevereiro de 2022 foi maior que nos dois mesmos meses do ano passado. O crescimento das vendas no mercado interno demonstra que a qualidade do vinho brasileiro vem sendo percebida e aprovada (UVIBRA, 2022).

O enoturismo pode ser definido como visitação de vinhas, vinícolas, festivais do vinho ou mostras de uvas em que a principal motivação dos turistas está relacionada à degustação de vinhos e aos atributos de uma região vitivinícola, sendo a maior parte de sua realização ao ar livre (HALL et al., 2004 apud VALDUGA, 2018).

Sabendo que a pandemia trouxe mudanças no comportamento humano (VENDRAMINE; NOBRE; VIEIRA, 2021), como a priorização da saúde e segurança (CAVASINI et al. 2020), entende-se que o turismo seguirá a mesma tendência, levando em consideração o aumento do consumo de vinhos supracitado anteriormente.

Além disso, o enoturismo seguirá crescendo no Vale dos Vinhedos como uma alternativa segura devido a demanda por turismo ao ar livre, que contribui para a gestão de riscos pessoais, também levando em consideração que a maior motivação dos turistas está relacionada à degustação de vinhos e aos atributos de uma região vitivinícola, cuja visitação se dá a maior parte ao ar livre.

2 - PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

A escolha do tema foi definida a partir desses tópicos tão atuais que unem os recordes no consumo de vinho, o aumento do interesse por conhecer os locais de produção, a pandemia de Covid-19 e o enoturismo. A pesquisa busca compreender o enoturismo como um segmento turístico em desenvolvimento e a sua importância nas tendências pós pandemia. Com isso, a pergunta a ser respondida é: “Como o enoturismo no Vale dos Vinhedos pode ser entendido como uma alternativa segura num período pós pandêmico?”

Para o objetivo geral desta pesquisa, foi estabelecido compreender o enoturismo como alternativa segura e tendência no período pós pandêmico no Vale dos Vinhedos. Já em relação aos objetivos específicos, foram estabelecidos identificar os principais fatores que podem contribuir para o enoturismo (principalmente pós pandemia) como tendência e analisar o posicionamento do Vale dos Vinhedos em relação à pandemia da Covid-19 e o enoturismo.

O crescimento no consumo de vinhos ocasiona no interesse pelo conhecimento envolvido em sua produção (WINE SOUTH AMERICAN, 2020), além de novas tendências no turismo como destinos com mais atrativos ao ar livre após o período de isolamento social (FGV, 2020), são motivos que justificam a ocorrência dessa pesquisa. Ademais, a presente pesquisa procura responder a anseios referentes à perspectiva do mercado, servindo como base para as expectativas futuras de colaboradores do enoturismo e produtores de vinho.

A pesquisa investiga o reconhecimento do enoturismo num papel de grande importância e destaque principalmente como uma alternativa segura de turismo no Vale dos Vinhedos, levando em conta seus posicionamentos durante a pandemia.

3 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica para essa pesquisa está constituída por trabalhos que analisam e discutem questões sobre o enoturismo, o enoturismo no Vale dos Vinhedos, segurança sanitária, tendências para o turismo no período pandêmico e pós pandêmico e também o uso de locais ao ar livre como atrativos turísticos.

Primeiramente, é considerável ressaltar que para Hall et al. (2004, apud VALDUGA, 2018), “o enoturismo pode ser definido como visitas a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos”. Johnson (1998, apud ZANINI, 2014) também compartilha da opinião de que, muitas vezes, a motivação do enoturismo não está diretamente relacionada ao consumo de vinho e sim à paisagem das videiras que, sendo uma paisagem rural, proporciona o contato com a natureza.

Assim, consegue-se observar duas linhas de pensamento sobre a definição do enoturismo conforme as motivações dos visitantes de uma região vinícola. A primeira, caracterizada por Hall et al. (2004), considerando o enoturismo apenas como o fluxo de visitantes da qual motivação está no vinho, no cultivo da uva, suas mostras, degustações e festivais. E para outros autores, como Johnson (1998 apud ZANINI, 2014), o enoturismo é motivado também pela atmosfera e particularidades da paisagem dos vinhedos ou pela procura de lazer e recreação não diretamente relacionados ao consumo do vinho, como o contato com a natureza.

O enoturismo é uma aposta dos países vizinhos para a recuperação do turismo pós-pandemia. Atividade já bastante desenvolvida na Argentina, no Chile e no Uruguai, produtores tradicionais de vinhos finos, ele está florescendo também no Brasil. Para mais, há a certeza de que o perfil do enoturista é o apaixonado por vinho, que ao provar o produto que o agrada quer conhecer onde e como é feito, além de querer um atendimento diferenciado (SEBRAE, 2022).

Segundo Andrade (2021), o Vale dos Vinhedos está ganhando destaque no contexto do enoturismo brasileiro em comparação com países da Europa como França, Itália, Espanha e Portugal conhecidos como Velho Mundo na produção vitivinícola. A região está em crescimento, porém foi apontada a necessidade de estudos que promovam aprofundamento do conhecimento de suas qualidades enoturísticas para melhorar os processos estratégicos de desenvolvimento.

De acordo com Valduga (2012), em 2007 o Vale dos Vinhedos recebeu 140 mil turistas e com isso se tornou o principal destino enoturístico do país. Já em 2011, recebeu 228 mil pessoas, um incremento de mais de 60% em relação ao ano de 2007. Andrade (2021) ainda afirma que em 2019, segundo a Aprovale, o número de visitantes contabilizados foi de 443.764 pessoas.

Como exemplo do protagonismo do Vale dos Vinhedos no segmento, a Vinícola Aurora recebeu 44.800 turistas durante a vindima de 2022 (entre janeiro e março). O número de visitantes representou 13% a mais em relação ao mesmo período de 2019 e 75% superior a 2021, mas teve atividades reduzidas por conta das medidas de prevenção adotadas durante a pandemia da Covid-19. Com o movimento voltando aos patamares pré-pandemia, foram criadas 10 vagas de empregos, totalizando 36 profissionais atuando na área de enoturismo da empresa (RUSCHEL, 2022).

Além das contribuições sobre o segmento e o Vale dos Vinhedos, vale destacar a gestão de riscos, fato que contribui para que uma atividade seja ou não escolhida para ser realizada. Um ponto interessante a ser compartilhado é que a maioria das pessoas costuma gerir os riscos existentes nas diversas atividades do dia-a-dia, mesmo sem perceber. (LAROUCHE; CORBETT, 2010). Conforme Attarian (2012), a gestão de riscos tende-se para o uso sistemático de políticas de gestão e procedimentos que buscam identificar, avaliar, tratar e monitorar riscos. Em relação às atividades ao ar livre, Kauffman e Moiseichyk (2013) afirmam que os desígnios da gestão de risco se associam com a gestão, redução e eliminação dos riscos que possam existir a qualquer momento das práticas.

Em razão da pandemia da Covid-19, novos riscos foram adicionados aos riscos já existentes nas atividades ao ar livre (LNT, 2020 apud CAVASINI et al, 2020). Desse modo identificou-se a necessidade da adequação e desenvolvimento de processos de gestão de riscos (FREEMAN; EYKELBOSH, 2020). Criado pelo Ministério do Turismo em 2020, o selo Turismo Responsável - Limpo e Seguro consiste na implementação de disposições cabíveis à biossegurança nos estabelecimentos como meio de minimizar os riscos de contágio em decorrência do vírus (BRASIL, 2020).

Sendo a biossegurança o campo de saberes e práticas relativos à prevenção, controle, mitigação ou eliminação de riscos inerentes às atividades que possam interferir ou comprometer a qualidade de vida, a saúde humana e o meio ambiente, torna-se necessário a adoção dessas práticas de vigilância (BRASIL, 2010 apud PEREIRA, 2020).

O distanciamento físico, higienização das mãos e uso de máscaras são alguns dos componentes adotados no que concerne às disposições da saúde pública, os quais compactuam com a redução e prevenção de casos de contaminação. Segundo Pereira (2020, p. 12), para os especialistas, as medidas de prevenção e de distanciamento social, recomendadas pela Organização Mundial da Saúde - OMS e adotadas por grande parte das entidades governamentais mundiais, podem ter sido um dos principais fatores para a redução da transmissão do SARS-CoV-2.

Ainda, as medidas de proteção de segurança sanitária fazem-se essenciais para a proteção individual e coletiva em relação ao novo coronavírus, pois ocorre a redução dos impactos de transmissão entre os indivíduos que compõem as sociedades.

Segundo Cavasini et al. (2020) cabe salientar que as atividades ao ar livre estimulam o interesse da população, contêm benefícios que podem ser explorados, ao mesmo tempo em que geram a demanda por processos de gestão de riscos, em especial, com a presença da Covid-19.

De acordo com as informações obtidas pela Fundação Getulio Vargas - FGV em 2020, após o período de isolamento social os consumidores estarão muito mais suscetíveis à busca por destinos com mais atrativos ao ar livre. Por esse motivo, é provável que haja um acréscimo no número de viajantes que escolhem conscientemente destinos turísticos que envolvam contemplação da natureza assim como o enoturismo (FGV, 2020).

Todos esses conceitos são úteis para o embasamento, pois faz-se necessário esclarecer os temas abordados para direcionar estratégias eficientes, visto que grande parte dos pesquisadores citados abordam o setor de turismo e alguns com enfoque no enoturismo, trazendo assim uma visão mais ampla sobre o assunto e a problemática desenvolvida.

4 – METODOLOGIA

As vinícolas e adegas que continuaram suas atividades durante a pandemia serão definidas como população a ser estudada nesta pesquisa. Em relação ao método de abordagem escolhido, pode-se citar o indutivo. Por tratar de um assunto atual, mas que abrange algumas pesquisas e dados, esse método é o mais adequado pois utiliza-se de indução e fatos observados. Ou seja, esse método configura uma verdade generalizada partindo da análise de dados individuais constatados metodologicamente, tendo como propósito induzir a concepção de resultados ampliados (LAKATOS; MARCONI, 2000).

Seguindo o complemento da pesquisa, como método de procedimento, Braga (2007) descreve que o método netnográfico se baseia em uma etnografia virtual, que se evidencia da prática de rastrear dados inclusos na internet. O termo etnografia virtual é mais empregado por pesquisadores da área de comunicação, e a netnografia por profissionais da área de marketing.

Atestam Rocha e Montardo (2005), sobre o método netnográfico, que o método da observação pode ser uma das formas de se estudar o ambiente virtual, contudo deve se levar em consideração a falta de território no ciberespaço, determinando que o participante faça uma análise à distância.

O estudo iniciou-se com a pesquisa por vinícolas mais bem avaliadas no Vale dos Vinhedos utilizando a base de dados disponível gratuitamente em um site popular de avaliações que incluem pontos turísticos, o Tripadvisor. Foram escolhidas as três vinícolas mais bem avaliadas, Vinícola Casa Valduga, Vinícola Aurora e, Vinícola Salton, estão, nesta mesma ordem, no segundo, terceiro e quarto lugar no ranking Adeegas e vinícolas em Bento Gonçalves do Tripadvisor (2022), perdendo apenas para o Vale dos Vinhedos no site, que engloba diversos atrativos. Seguindo esse raciocínio elas foram utilizadas para a análise e discussões.

A priori, para o levantamento de dados foi definida a necessidade do uso de publicações no Instagram dessas três vinícolas que continuaram suas atividades estrategicamente durante o período pandêmico. As publicações foram coletadas a partir da rede social Instagram no período de janeiro de 2022 a março de 2022 referente ao período de março de 2020 a abril de 2021, quando estas foram publicadas.

Enfatiza-se que, ainda que os materiais de pesquisa utilizados se encontram nas redes sociais públicas das respectivas vinícolas, rostos de indivíduos e eventuais menções de nomes/perfis em curtidas e comentários foram borrados ou apagados visando a preservação da identidade. Ademais, o uso das imagens contidas nos meios virtuais são para finalidades exclusivamente acadêmicas e de pesquisa, não configurando comercialização. Tal prática é recorrente em estudos de comunicação para análise de imagens e materiais virtuais, a partir do método netnográfico, como em Carneiro e Allis (2021), Mello (2015) e Silva e Alves (2014).

Segundo Sibília (2008) o uso de imagens do Instagram, prevê orientar uma continuação de sentidos significantes, reforça uma tendência da cibercultura que consiste na “atualização permanente, e sempre recente das informações.”

Outrossim, foi feita uma análise de postagens com as seguintes categorias: perfil do autor, data de publicação, presença de texto escrito na imagem da postagem, legenda e conclusão da postagem. Seguindo esse modelo, foram coletadas notícias relacionadas à pandemia da Covid-19 no contexto de isolamento social e outras medidas no período em que as publicações foram realizadas.

5 – RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise começa com a observação do contexto das publicações. Os dados mostram que, no que se diz respeito ao contexto de publicação dos textos coletados, são assinados pelas respectivas vinícolas, em mídias sociais identificadas e mantidas oficialmente pelas mesmas. Depois seguiram com a análise de notícias e decretos relacionados à pandemia no mesmo período das publicações.

5.1 – Vinícola Salton



Figura 1 - Comunicado oficial

Fonte: FAMÍLIA SALTON, 2020.

Consegue-se por essa publicação, conforme a Figura 1, do dia 16 de março de 2020 entender que sua finalidade é informar os possíveis visitantes e enoturistas da suspensão das atividades de Turismo baseando-se nos protocolos do Ministério da Saúde e da Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves.

A prefeitura do município de Bento Gonçalves, no Decreto Nº 10.466, de 16 de março de 2020 recomendou “A suspensão das atividades em ambientes de grande fluxo de pessoas, atrações, passeios, parques fechados, varejos e demais estabelecimentos com viés turístico” (BENTO GONÇALVES, 2020). Assim, pode-se correlacionar a postagem e seu conteúdo ao decreto.



Figura 2 - Divulgação do tour virtual

Fonte: FAMÍLIA SALTON, 2020.

Em 22 de março de 2020 foi feita a publicação de uma imagem, vide Figura 2, com o objetivo de divulgar o Tour Virtual 360° da Vinícola Salton, como alternativa de visitação,

já que não estavam recebendo turistas pela suspensão das atividades. Essa pode ter sido uma forma de atender o público que mantinha o interesse pelo enoturismo, englobando a produção de vinhos, mas que mantinham o isolamento social naquele período.

Seguindo uma tendência mundial (CLASEN, 2016), a realidade virtual também pôde ser observada no período pandêmico inclusive nos principais museus do mundo que foram fechados pelas restrições (NOVAES, 2020).



Figura 3 - Agendamento para visitas

Fonte: FAMÍLIA SALTON, 2020.

A partir do dia 16 de setembro de 2020 os agendamentos para visitas presenciais começaram novamente a serem divulgados. Não foram encontrados decretos oficiais municipais próximo ao período que indicasse uma flexibilização no isolamento social.



Figura 4 - Comunicado importante

Fonte: FAMÍLIA SALTON, 2021.

De acordo com a Figura 4 foi comunicado no dia 26 de fevereiro de 2021 uma nova suspensão das atividades que entrou em vigor no sábado dia 27 de fevereiro de 2021.

Passados dois meses desde a suspensão das atividades presenciais, em 28 de abril de 2021, a vinícola Salton retorna, acordando com Figura 5, com o selo de ambiente limpo e seguro provido pela Secretaria de Turismo do Município de Bento Gonçalves - RS, reforçando os protocolos pressupostos pela Secretaria de Segurança Pública (BENTOTUR, 2020).



Figura 5 - Divulgação do selo de ambiente limpo

Fonte: FAMÍLIA SALTÓN, 2021.



Figura 6 - Passaporte vacinal

Fonte: FAMÍLIA SALTÓN, 2021.

Nenhuma declaração sobre medidas de proteção como o uso de máscaras, disponibilidade de álcool em gel e distanciamento social foram encontradas na página oficial. Utilizando do recurso ‘Destaques’ o perfil deixou disponível as informações sobre a obrigatoriedade da apresentação do passaporte vacinal a partir do dia 18 de outubro de 2021, condizente a Figura 6, segundo o Decreto Estadual Nº 56.120, de 1º de outubro de 2021 (RIO GRANDE DO SUL, 2021).

5.2 – Vinícola Aurora



Figura 7 - Cuidados tomados durante a visitação

Fonte: VINÍCOLA AURORA, 2022⁷.

A única postagem relacionada à pandemia da Covid-19 encontrada da Vinícola Aurora foi utilizando o recurso 'Destaques' da rede social Instagram, de acordo com a Figura 7, para compartilhar os cuidados que estão sendo tomados durante as visitas: uso obrigatório de máscara, uso de álcool gel e manter o distanciamento social.

5.3 – Vinícola Casa Valduga



Figura 8 - Comunicado oficial

Fonte: CASA VALDUGA, 2020.

Através da publicação da vinícola Casa Valduga, conforme a Figura 8, no dia 18 de março de 2020 em sua rede social Instagram, é possível observar um aviso importante acerca do funcionamento de diversas atividades que compõem o enoturismo, fazendo jus aos protocolos do Ministério da Saúde e da Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves.

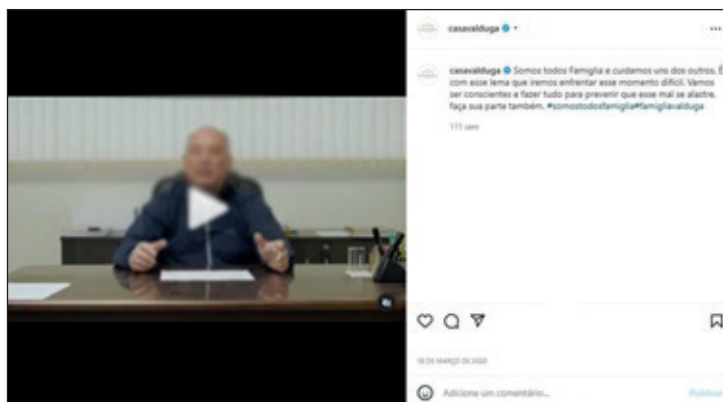


Figura 9 - Vídeo de aviso

Fonte: CASA VALDUGA, 2020.

O vídeo conforme a Figura 9, postado no mesmo dia do comunicado oficial da Casa Valduga (vide Figura 8), apresenta o pronunciamento de Juarez Valduga em nome dos proprietários da vinícola.

“[...]Nós estamos mobilizados em conter o avanço do coronavírus. Portanto, o grupo todo está envolvido para que isso não se alastre. Tomamos todas as precauções necessárias, todas as medidas possíveis, não só na vinícola, mas principalmente no enoturismo [...]”

Esse meio de abordagem em formato de vídeo introduzindo o assunto de um período pandêmico, diferencia-se da forma que o assunto foi tratado em relação às vinícolas anteriormente citadas nos itens 4.1 e 4.2, primordialmente por meio de fotos e imagens.



Figura 10 - Retorno das atividades

Fonte: CASA VALDUGA, 2020.

A última publicação encontrada no feed da rede social Instagram da vinícola Casa Valduga referente à pandemia da Covid-19 e às medidas de precaução foi a do dia 23 de junho de 2020, coincidente com a Figura 10, em que é comunicado a retomada dos atendimentos ao público, degustação e acesso à loja tomando todas as providências necessárias para a prevenção da doença.

Em 22 de junho de 2020 foi revogado por meio do Decreto Municipal de Bento Gonçalves Nº 10.572, de 22 de junho de 2020, o Decreto nº 10.488, de 03 de abril de 2020 que proibia a abertura para atendimento ao público dos estabelecimentos comerciais situados no âmbito do Município de Bento Gonçalves.

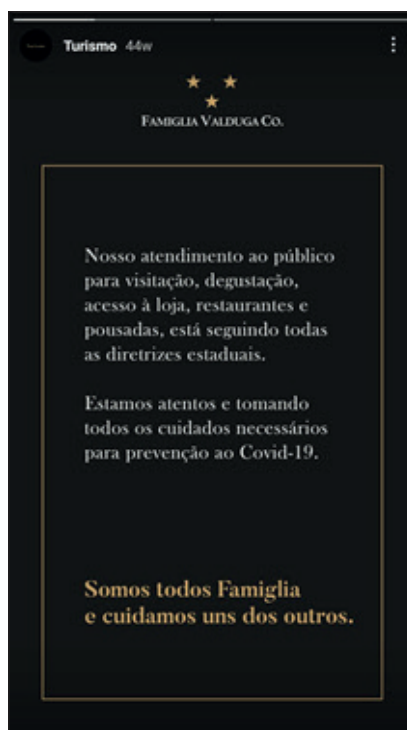


Figura 11 - Cuidados preventivos

Fonte: CASA VALDUGA, 2020.

Já utilizando o recurso ‘Destaques’, foi publicado o aviso de estarem seguindo todos os cuidados necessários para a prevenção a Covid-19 nos serviços prestados pela vinícola, seguindo assim as diretrizes estaduais, em conformidade com a Figura 11.

Dado as informações coletadas através das redes sociais oficiais das vinícolas Salton, Aurora e Casa Valduga e a preocupação em comunicar os visitantes a respeito de medidas que foram tomadas, é possível prever novas preferências dos consumidores em um período pós pandemia da Covid-19. Uma pesquisa realizada pela empresa de consultoria empresarial americana (HOEFEL; TRIPOLI, 2020) mostra que, para 1.046 brasileiros maiores de 18 anos, aponta-se mudanças ao comportamento do consumidor geral, em que 79% dos consumidores do Brasil estão preocupados com a própria segurança e dos seus respectivos familiares.

Essas mudanças de comportamento são vastas e parte delas serão permanentes. Com isso, “(...) as marcas devem ter clareza de suas promessas e proposta de valor (e agir de acordo com elas)” (HOEFEL; TRIPOLI, 2020).

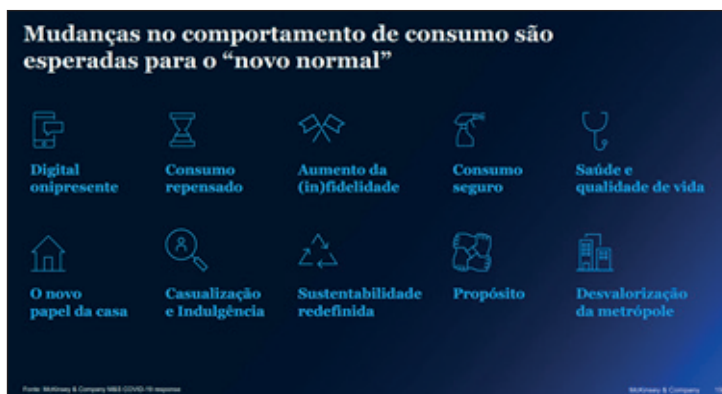


Figura 12 - Mudanças no comportamento de consumo são esperadas para o “novo normal”

Fonte: HOEFEL; TRIPOLI, p. 19, 2020.

Como apontado na Figura 12, é esperado, portanto, das vinícolas, ações para manter o público próximo, principalmente com as novas tendências observadas, a fim de que as visitas não sofram declínios, preservando assim a saúde dos enoturistas e também dos funcionários.

Além disso, o Plano de Ação da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo - Embratur (2021) esclarece que há uma tendência da demanda turística, que foi observada em meio à pandemia do Coronavírus, pela busca de locais abertos e de maior contato com a natureza. Também foi citado que o Brasil possui uma ampla vantagem estratégica para suprir essa demanda.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa englobou estudos que contextualizam o Vale dos Vinhedos como um destaque do enoturismo brasileiro, assim como a definição do segmento e de sua importância para o fluxo turístico no qual a principal motivação dos visitantes está no vinho, no cultivo da uva, suas mostras, degustações e festivais.

Também, a atual pesquisa foi embasada em autores que corroboram com a ideia de que para um turismo seguro, ainda no período pandêmico, faz-se necessário a adequação e desenvolvimento de processos de gestão de riscos (FREEMAN; EYKELBOSH, 2020).

Cabe salientar que houve a tentativa do uso de questionários avaliativos para as vinícolas analisadas, porém não houve retorno positivo que possibilitasse a sua aplicação, sendo necessário a investigação de suas postagens na rede social Instagram.

As três vinícolas analisadas, Vinícola Casa Valduga, Vinícola Aurora e, Vinícola Salton, estão, nesta mesma ordem, no segundo, terceiro e quarto lugar no ranking AdeGas

e vinícolas em Bento Gonçalves do Tripadvisor (2022), perdendo apenas para o Vale dos Vinhedos no site, que engloba diversos atrativos. Seguindo esse raciocínio elas foram utilizadas para a análise e discussões.

Segundo a análise de postagens das vinícolas Salton, Aurora e Casa Valduga percebe-se a relação entre as medidas de prevenção adotadas durante a pandemia da Covid-19 e a necessidade de informar aos visitantes sobre elas, mostrando que as vinícolas analisadas preocupam-se com a segurança dos seus consumidores, visto que é um fator importante para a visitação.

Seguindo uma tendência para o período pós pandêmico, os visitantes manterão as preocupações com a segurança, gestão de riscos, saúde (CAVASINI et al. 2020) e qualidade de vida (HOEFEL; TRIPOLI, 2020) ao decidir o destino para a viagem. Com isso, o enoturismo - por ser uma prática realizada ao ar livre e que estimula o interesse da população - supre essa demanda, em especial, com a presença da Covid-19, sendo uma escolha consciente a preferência por destinos turísticos que envolvam a contemplação da natureza, assim como é o segmento.

Há a necessidade de preparação no setor com as expectativas alinhadas às previsões como forma estratégica de manter e atrair novos enoturistas para região, entendendo as suas necessidades e criando formas de atendê-las. O foco no enoturista deve ser mantido, principalmente nesse período, pois ainda há preferências e necessidades a serem atendidas, como a diversificação de atividades ao ar livre, métodos de higiene e biossegurança.

Analisando o posicionamento das três vinícolas escolhidas no estudo e as atualizações vindas por meio de órgãos do governo, percebe-se o posicionamento delas no Vale dos Vinhedos em relação a gestão de riscos e preocupação com os enoturistas, tomando medidas que mantivessem os visitantes seguros, de acordo com os métodos de prevenção vigentes, e continuam atraindo novos enoturistas à região.

Para que o enoturismo tenha de veras o crescimento previsto como tendência, faz-se necessário a adoção de medidas que tenham foco no enoturista e que mantenham estrategicamente as regiões atrativas.

Esse estudo responde portanto que o enoturismo, tendo como recorte as vinícolas Salton, Aurora e Casa Valduga, todas localizadas no Vale dos Vinhedos, é um segmento seguro e uma tendência para um período pós-pandêmico. Os métodos de pesquisa, embora feitos por meios virtuais e sobre uma ótica da cibercultura, foram eficazes e capazes de compreender o cenário em que há preocupação com a gestão de riscos por parte dos estabelecimentos inseridos no enoturismo e profundo interesse no visitante, para que o segmento siga uma tendência.

Portanto, conclui-se que o enoturismo, tendo como recorte o Vale dos Vinhedos, é um segmento seguro e uma tendência para um período pós-pandêmico.

REFERÊNCIAS

Adegas e vinícolas em Bento Gonçalves. TRIPADVISOR. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g680210-Activities-c36-t132-Bento_Goncalves_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html. Acesso em: 3 set. 2022.

ANDRADE, Ilário Caubi Fraga de. **Fatores críticos de sucesso:** estudo do enoturismo no vale dos Vinhedos/RS na percepção do enoturista. 2021. 140p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2021.

BRAGA, Adriana. **Usos e consumos de meios digitais entre participantes de Weblogs:** uma proposta metodológica. Encontro da COMPÔS. Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, 2007.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Organização Pan-Americana da Saúde:** Biossegurança em saúde: prioridades e estratégias de ação. Brasília: Ministério da Saúde, 2010. 242 p. (Série B. Textos Básicos de Saúde). Disponível em: http://bvms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/biosseguranca_saude_prioridades_estrategicas_acao.pdf. Acesso em: 16 abr. 2022.

BRASIL. **Selo Turismo Responsável:** Segurança para o consumidor e Incentivo para o turismo brasileiro. Turismo responsável, 2020. Ministério do Turismo. Disponível em: <https://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>. Acesso em: 15 mai. 2022

BENTO GONÇALVES. Decreto Nº 10.572, de 22 de junho de 2020. Altera e inclui dispositivos no Decreto Nº 10.506, de 16 de Abril de 2020 e revoga o Decreto Nº 10.568, de 17 de Junho De 2020: Artigo 64, Bento Gonçalves, RS, p.3, 22 jun. 2020.

BENTO GONÇALVES. Decreto Nº 10.466, de 1º de outubro de 2021. Dispõe sobre medidas temporárias de prevenção ao contágio pelo novo coronavírus (COVID-19) no âmbito do município de Bento Gonçalves: Artigo 11, Bento Gonçalves, RS, p.3, 16 mar. 2020.

BENTOTUR. Selo Ambiente Limpo e Seguro. 2020. Disponível em: <https://bento.tur.br/selo-ambiente-limpo-e-seguro/>. Acesso em: 16 de abril de 2022.

CAVASINI, Rodrigo; ANNES, Alise Pisani; KSESINSKI, Jaqueline de Lima; BREYER, Rafael Falcão. Gestão de Riscos de Atividades ao Ar Livre durante a Pandemia de Covid-19: Um Relato de Experiência. **Revista Thema**, vol. 18, 2020.

CARNEIRO, Juliana; ALLIS, Thiago. Como se move o turismo durante a pandemia da COVID-19?. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 1, p. 1-23, 2021.

CASAVALDUGA. **Comunicado oficial.** Instagram: @casavalduga, 18 mar. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B94iQKwFeb0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

CASA VALDUGA. **Cuidados preventivos.** Instagram: @casavalduga. Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODY0MDE5MzIwMjAyNDc5?story_media_id=2612512445589921990_1385263900&igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em 09 abr. 2022.

CASA VALDUGA. **Retorno das atividades.** Instagram: @casavalduga, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CByTNawljSz/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

CASA VALDUGA. **Vídeo de aviso.** Instagram: @casavalduga, 18 mar. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B95HIIslc7x/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

CLASEN, Ana Goulart *et al.* **Utilização da realidade virtual como ferramenta de marketing.** 2016.

EMBRATUR. **Plano de Ação 2021,** 2021.

FAMÍLIA SALTON. **Agendamento para visitas.** Instagram: @familiasalton, 16 set. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGDpfnihjNG/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

FAMÍLIA SALTON. **Comunicado importante.** Instagram: @familiasalton, 26 fev. 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CLxO6_PBm8z/?igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em 09 abr. 2022.

FAMÍLIA SALTON. **Comunicado oficial.** Instagram: @familiasalton, 16 mar. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B9zyKslN_I_/?igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em 09 abr. 2022.

FAMÍLIA SALTON. **Divulgação do selo de ambiente limpo.** Instagram: @familiasalton, 28 abr. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COOXtCJBrgS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

FAMÍLIA SALTON. **Divulgação do tour virtual.** Instagram: @familiasalton, 22 mar. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-CurkWBHkF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em 09 abr. 2022.

FAMÍLIA SALTON. **Passaporte vacinal.** Instagram: @familiasalton.

FGV, Projetos. **Impacto Econômico do Covid-19: Propostas para o Turismo Brasileiro.** 2020.

HALL, Michael et al. **Wine Tourism: an introduction.** In: HALL, Michael *et al.* (Org). *Wine tourism around the world.* 3. Ed. Estados Unidos: Betterworth-Heinemann, 2004.

HOEFEL, Fernanda; TRIPOLI, Marcelo. **O novo consumidor pós COVID.** McKinsey e Company, 2020.

HOEFEL, Fernanda; TRIPOLI, Marcelo. Mudanças no comportamento de consumo são esperadas para o “novo normal”. **O novo consumidor pós COVID.** McKinsey e Company, p.19, 2020.

JOHNSON, Gary. **Wine Tourism in New Zealand: A national survey of wineries,** unpublished Dip. Tour. Dissertation. University of Otago, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LNT – Leave no trace center for outdoor ethics, 2020.

MELLO, Cynthia Menezes. **O modelo semiótico de análise e leitura sensorial de fotografias turísticas**. Revista Hospitalidade, 2015.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

NOVAES, Vinicius. **Principais museus do mundo liberam tour virtual**. Panrotas, 2020. Disponível em : https://www.panrotas.com.br/destinos/entretenimento/2020/03/principais-museus-do-mundo-liberam-tour-virtual_172232.html. Acesso em 16 de abril de 2022.

RIO GRANDE DO SUL. Decreto Nº 56.120, de 1º de outubro de 2021. Altera o Decreto nº 55.882, de 15 de maio de 2021: Artigo 8º-A, Porto Alegre, RS, p.1, 1 out. 2021.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-Compós**, [S. l.], v. 4, 2005.

RUSCHEL, Rogério. **Enoturismo pós-pandemia acelera no Brasil**: Vinícola Aurora registra crescimento de 13% de visitantes na vindima. In *Vino Viajas* - 12 de abril de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Enoturismo: ganhe com essa tendência em alta no Brasil**. Mercado e vendas, Análise de Tendência - 04/08/2022. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/enoturismo-ganhe-com-](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/enoturismo-ganhe-com-essa-tendencia-em-alta-no-brasil,277692ee264b1810VgnVCM100000d701210aRCRD)

[essa-tendencia-em-alta-no-brasil,277692ee264b1810VgnVCM100000d701210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/enoturismo-ganhe-com-essa-tendencia-em-alta-no-brasil,277692ee264b1810VgnVCM100000d701210aRCRD) . Acesso em: 05 de set. de 2022.

SIBÍLIA, Paula. **O Show do Eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Sylvana Kelly Marques da e ALVES, Maria Lúcia Bastos. Fotografias da “Cidade do Sol”: um registro de revelações e ocultações. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 8(3), p. 456-475, set./dez, 2014.

PEREIRA, Ingrid et al. Manual sobre biossegurança para reabertura de escolas no contexto da COVID-19. 2020.

UVIBRA - União Brasileira de Vitivinicultura. Mercado interno - **Vinhos finos, espumantes e suco começam 2022 em alta**. Notícias - 04/04/2022. Disponível em: <http://www.uvibra.com.br/noticias/04-04-2022-mercado-interno-vinhos-finos-espumantes-e-suco-comecam-2022-em-alta>. Acesso em: 05 de set. de 2022.

VALDUGA, Vander. **O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil)**. *Cultur*, v. 6, n. 2, p. 127–143, 2012.

VALDUGA, Vander; MINASSE, Maria Henriqueta. **O enoturismo no Brasil: principais regiões e características da atividade.** Territoires du vin, n. 9, 2018.

VENDRAMINE, M. F. M.; NOBRE, F. C.; VIEIRA, A. M. Como enfrentar a covid-19? O sol de maio vai nos ajudar? **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 1, p. 197-211, 2021.

VINÍCOLA AURORA. **Cuidados tomados durante a visitação.** Instagram: @familiasalton. Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODY0ODc0OT-Q5ODk4Njkw?story_media_id=2642565734937897086_440325048&igshid=YmMyMTA2M2Y=. Acesso em 09 abr. 2022.

WINE SOUTH AMERICA. **Setor comemora recorde no consumo de vinho no Brasil em 2020.** Wine South America, Rio Grande do Sul, 22 de out. de 2020. Disponível em: <https://www.winesa.com.br/setor-comemora-recorde-no-consumo-de-vinho-no-brasil-em-2020/>. Acesso em: 12 de set. de 2021.

YE, BH., ZHANG, H. Q., YUAN, J. **Intentions to participate in wine tourism in an emerging market: Theiruzation and implications.** Journal of Hospitality and Tourism Research, 2014.

ZANINI, Talise Valduga. **Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE).** 2014.