

## O TURISMO NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: A POTENCIALIDADE DO TURISMO DE EXPERIÊNCIA NA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM VALE DOS VINHEDOS

Marcel Azevedo Batista D'Alexandria<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal da Bahia, UFBA, Salvador, BA, Brasil. (marcel.ccs@gmail.com)

Rec.: 19.09.2014. Ace.: 03.04.2015

### RESUMO

As Indicações Geográficas contemplam em seu projeto a valorização do saber fazer, da tradição, o enaltecimento da singularidade. Em sua história as IGs visam evitar as falsificações dos produtos, apreciando a originalidade, entretanto as IGs podem gerar conseqüências após a sua formação. O turismo pode emergir como um subproduto das IGs, atraindo o turista para conhecer esta singularidade existente. O turismo de experiência surge como uma alternativa para agregar valor ao turismo e potencializar o turismo da região. A Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, através dos vinhos, apresentam um potencial para desenvolver um turismo que vai além do enoturismo, pode-se buscar um turismo que abarque contemplar as sensações dos turistas.

Palavras chave: Denominação de Origem. Turismo de Experiências. Sensações.

### ABSTRACT

The Geographical Indications include in your project the valuation of know-how, tradition, the enhancement of uniqueness. In its history the IGs are intended to prevent counterfeiting of products, enjoying the originality, however IGs can generate consequences after its formation. Tourism can emerge as a byproduct of IGs, attracting tourists to visit this existing uniqueness. The tourism experience is an alternative to adding value to tourism and boost tourism in the region. The Denomination of Origin of Valley Vineyards, through the wines, have the potential to develop tourism that goes beyond the wine tourism, you can get a tour encompassing contemplate the sensations of tourists.

Keywords: Designation of origin. Tourism experiences. Sensations.

Área tecnológica: Indicações Geográficas.

## INTRODUÇÃO

A vinculação entre determinado produto e seu lugar de produção torna-se uma referência de afirmação de identidade do local. O saber fazer ultrapassa os métodos de produção, insere-se em uma construção histórica do lugar, na vocação do território em produzir algo e gera um sentimento de pertencimento por parte da população. Essa vinculação de um produto ao seu local de produção, o saber fazer, a tradição, remetem à busca pela proteção da singularidade, a qual se afirma a partir da consolidação da Indicação Geográfica (IG).

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial, por meio da Lei nº. 9.279/1996, artigo 176, “constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem” (BRASIL, 1996). No artigo 177, consta que a IP pode ser classificada como:

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 (BRASIL, 1996).

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 humanos (BRASIL, 1996).

Os órgãos que regulamentam as IGs no mundo têm um papel fundamental no controle de falsificações, além do incentivo a novas IGs pelo mundo. Nesse contexto, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e a Organização Mundial do Comércio (OMC) não surgem somente para regulamentar as IGs pelo mundo, mas também têm um papel importante de garantir confiabilidade para os consumidores, uma vez que esses órgãos cancelam os registros feitos em cada país.

Além disso, a OMC aparece como condutora do processo globalizante, suas leis regulamentam a unificação de técnicas dos países, a padronização de formas de produção. Dessa forma, a singularidade e a autenticidade dos produtos e serviços são reconhecidas em todo o mundo, não apenas no país de origem, dificultando a ocorrência de falsificações.

É notório que o intuito da criação das IGs busca valorização do saber fazer, da singularidade do território, evitar a falsificação dos produtos. Entretanto, as IGs podem apresentar uma variável que vai além da valorização do produto, pode desenvolver em um determinado território a possibilidade do surgimento do turismo. Diante disto esta pesquisa tem como objetivo verificar a possibilidade do desenvolvimento do turismo de experiência na Denominação de Origem Vale dos Vinhedos. Esta pesquisa faz parte de uma pesquisa de mestrado, no qual tem como objetivo maior estudar o *Marketing Territorial* criado na DOVV. A pesquisa foi feita a partir do método dedutivo, com procedimentos metodológicos baseados na aplicação de questionários, entrevistas, junto a Associação de Produtos e os representantes das vinícolas na DOVV.

A região do *Champagne* na França, *Nappa Valley* nos Estados Unidos, são exemplos de IGs que tem atraído turistas para conhecer o local de origem destes produtos.

No Brasil diversas IGs já despertam a curiosidade dos turistas, como a Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos, a IG Vale do Submédio São Francisco, produtoras de Uvas de mesa e Mangas na região do Rio São Francisco. Outras IGs apresentam uma potencialidade para o turismo, como IG Cachaça de Paraty, com a criação de um roteiro de degustação de aguardente, a IG Região de Salinas, com também a degustação da aguardente, ou até mesmo a IG Região do Jalapão do Estado do Tocantins através de roteiros para conhecer os artesões, os processos de produção dos produtos feitos de capim dourado.

O Estado do Rio Grande do Sul destaca-se por alocar diversas Indicações Geográficas, entre elas a Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos. A construção histórica do produto, a tradição em

produzi-lo e o saber fazer, neste caso, relacionados à produção de vinho, fazem parte de um referencial no cotidiano dos moradores do município de Bento Gonçalves – RS.

O Vale dos Vinhedos corresponde a uma área situada na região da Serra Gaúcha, que pode ser denominada como território dos vinhos, onde estão inseridos parte dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul.

Apesar do Vale dos Vinhedos estar situado numa região mais ampla (a Serra Gaúcha), onde a produção de uvas e de vinhos assume grande importância, se trata de uma micro-região onde se percebe a identificação de diferenciação territorial a partir de elementos identitários das comunidades envolvidas, permitindo uma relação direta entre as características identitárias e a delimitação geográfica. Ou seja, uma das características principais de toda a micro-região é a sua especialização no cultivo da uva e na produção de vinho, com alta concentração de empreendimentos vitivinícolas, fazendo parte de uma identidade muito característica, que se apresenta tanto nos processos produtivos como nas manifestações sociais e culturais. A alta concentração de vinícolas é uma característica muito marcante da região, onde cerca de 30 vinícolas (fora as de caráter artesanal) se localizam num espaço de 82 km<sup>2</sup>, que representa o Vale dos Vinhedos. Isso significa que toda a sua paisagem rural está associada à presença de parreirais e vinícolas, em meio ao ambiente natural, também muito pontuado pela presença das residências da população local (FLORES, 2007).

A Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos apresenta altitudes acima de 450 metros e um clima subtropical, com inverno acentuado. Essas características climáticas associadas ao modo de produção secular dos vinhos fazem do Vale dos Vinhedos uma referência nacional.

Esta região [Serra Gaúcha] caracteriza-se por se localizar em uma altitude elevada, com muitos declives e aclives, alta umidade atmosférica, dentre outras peculiaridades, cujo conjunto edafoclimático influi sobremaneira especialmente no cultivo da videira, resultando em um vinho com características diferenciadas (BRUCH, 2008).

A tradição de se produzir vinhos nessa região é oriunda de processos históricos de migração, destacando-se a colonização italiana, que, no final do século de XIX, teve um papel importante para a formação da Serra Gaúcha. Destaca-se que essa migração foi benéfica tanto para o desenvolvimento da viticultura gaúcha, quanto para a Itália, que nesse período encontrava-se em momentos de tensões sociais. Segundo Falcade (2011):

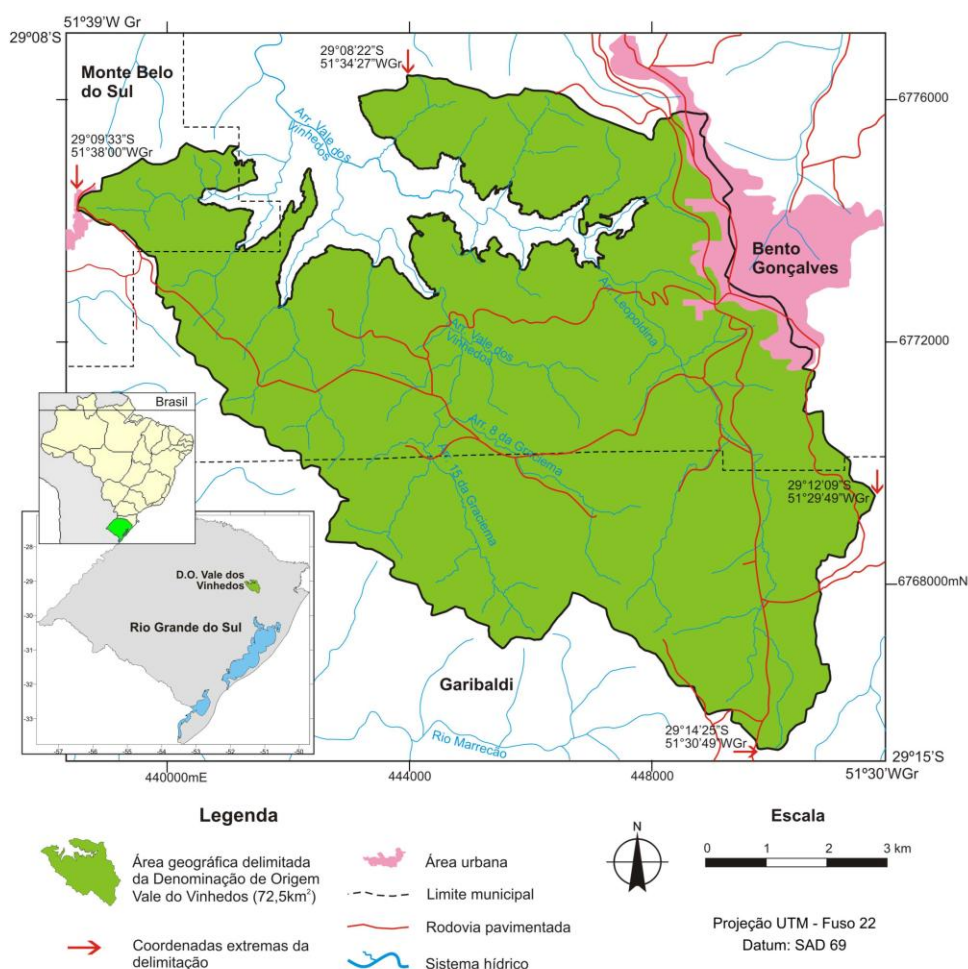
Iniciada em 1875, a imigração italiana marcou uma nova etapa na evolução da vitivinicultura brasileira. O projeto de imigração italiana, para o Brasil, teve diversos objetivos. Para a Itália, significou o alívio de tensões sociais decorrentes da guerra de unificação, do processo de industrialização, de mudanças no padrão demográfico, de um quadro de miséria e fome. Para o Brasil, foi o branqueamento da população, a substituição do trabalhador escravo da cafeicultura pelo trabalhador livre, o povoamento das terras devolutas no sul e o aumento da produção agrícola do país (FALCADE, 2011, p. 68).

Atualmente, a produção na região é voltada para vinhos tintos, brancos e espumantes de alta qualidade, e é conhecida tanto no Brasil como no exterior. Em 19 de novembro de 2002, segundo o INPI (BRASIL, 1996), a região Vale dos Vinhedos recebeu seu primeiro registro de Indicação Geográfica, tornando-se uma Indicação de Procedência (IP), o que lhe conferiu diferencial competitivo em relação aos locais que não tinham registro.

Em 25 de setembro de 2012, a Indicação Procedência Vale dos Vinhedos obteve o segundo registro, o de Denominação de Origem (DO). Essa foi a terceira DO nacional e a primeira específica de

vinho a ser outorgada pelo INPI. A área delimitada, no entanto, foi diferente da de IP, conforme consta no Regulamento de Uso da Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos (Figura 1).

**Figura 1** Área geográfica delimitada da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos (vinhos finos tranquilos e espumantes)



Fonte: Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos

A área geográfica delimitada da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos possui 72,45 km<sup>2</sup> e está localizada, aproximadamente, entre as latitudes 29°08' e 29°15' S e longitudes 51°30' e 51°39' WGr, sendo 61,07% no município de Bento Gonçalves, 33,49% no município de Garibaldi e 5,44 % no município de Monte Belo do Sul. O limite da DO Vale dos Vinhedos é a linha do divisor de águas do sistema de drenagem dendrítico de quarta (4ª) ordem com alta densidade ou textura fina, formado pelo Arroio Vale dos Vinhedos e pelo Arroio Leopoldina, de terceira ordem, que nascem nas áreas mais elevadas a sudeste da região, descrita a seguir: norte, na crista e patamar de vertente da Linha Eulália; seguindo para nordeste e leste, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Bento Gonçalves; seguindo para leste, na crista e patamar de vertente da Linha Tamandaré; seguindo para sul, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Garibaldi e da Linha Garibaldina; seguindo para sudoeste e oeste, nas cristas e patamares de vertente da Linha Graciana e da Linha Leopoldina; seguindo pelo oeste, no patamar da cidade de Monte Belo do Sul; seguindo para noroeste, na crista e patamar de vertente da Linha Fernandes Lima; seguindo pelo noroeste o limite é a linha que marca a ruptura da paisagem, caracterizada

pelo patamar do derrame com declividade de 45% em altitude igual ou superior a 400 m, até encontrar a crista e patamar de vertente da Linha Eulália. Nesse setor, em situações geográficas específicas, a linha delimitatória seguiu o traçado da declividade imediatamente inferior, quando a declividade de 45% ocorria de forma descontínua e a cobertura do solo era de mata nativa contínua, e manteve na região delimitada a área agricultada contínua, seguindo a altitude imediatamente inferior a 400 m e declividade inferior a 45% (Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos).

A Denominação de Origem Vale dos Vinhedos (DOVV) pode ser visualizada no Mapa 1, o qual representa a área específica delimitada e registrada como uma DO no INPI.

A IG Vale dos Vinhedos é constituída de diversos empreendimentos, conforme pesquisa feita junto à Associação de Produtores do Vale dos Vinhedos (APROVALE): são 28 vinícolas de diversos portes, 16 empreendimentos ligados à gastronomia, 8 empresas do setor hoteleiro e 15 outras (lojas, agências de turismo etc.). Todos esses estabelecimentos estão inseridos na DO que está localizada nos municípios de Bento Gonçalves (61,07%), Garibaldi (33,49%) e Monte Belo do Sul (5,44%).

Bento Gonçalves destaca-se como o município a ser estudado nesta pesquisa. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município tem 381.958 km<sup>2</sup> de área e uma população estimada, em 2011, de 111.384 habitantes. Há trinta empreendimentos dentro de sua área, os quais fazem parte da DOVV, sendo 17 vinícolas e 13 empresas ligadas à gastronomia, ao turismo e outras atividades (Tabela 1).

**Tabela 1** - Lista de empreendimentos existentes na Dovv inseridos na área do município de Bento Gonçalves

	Empresa	Ramo		Empresa	Ramo
1	Adega Dom Elizário	Vinícola	19	Giordani Gastronomia Cultural	Gastronomia
2	Adega Cavalleri	Vinícola	20	Restaurante Zandonai	Gastronomia
3	Lídio Carraro Vinícola Boutique	Vinícola	21	Casa de Madeira	Gastronomia/ Hotelaria
4	Cava de Pedra	Vinícola	22	Mamma Gemma Tratoria	Gastronomia
5	Vinícola Miolo	Vinícola	23	Sbornea's Restaurante	Gastronomia
6	Vinhos Larentis	Vinícola	24	Queijaria Valbrenta	Varejo
7	Casa Valduga	Vinícola/Gastronomia/ Hotelaria	25	Pousada Ca'Di Valle	Hotelaria
8	Vinícola Dom Cândido	Vinícola	26	Pousada Borghetto Sant' Anna	Hotelaria
9	Vinhos Tifton	Vinícola	27	Cogumelos das Serra	Varejo
10	Vinhos Terragnolo	Vinícola	28	Couros do Valleh	Varejo
11	Vinhos Michele Carraro	Vinícola	29	Artesananato do Vale	Artesanato
12	Peculiare Vinhos Finos	Vinícola	30	Atelier Refúgio da Colina	Artesanato

**Tabela 1** - Lista de empreendimentos existentes na DOVV inseridos na área do município de Bento Gonçalves

Empresa	Ramo	Empresa	Ramo
13 Vinícola Vallontano	Vinícola/Gastronomia	31 Engenho do Vale	Varejo
14 Vinícola Torcello	Vinícola	32 Biscotteria Itallini	Varejo
15 Vinícola Almaúnica	Vinícola	33 Salini Turismo	Agência de Turismo
16 Angheben Vinhos Finos	Vinícola	34 Atelier Postal	Artesanato
17 Vinícola Cavas do Vale	Vinícola	35 Union Distillery	Destilaria de Uísque
18 Hotel Spa do Vinho Claudaile	Hotelaria		

Fonte: APROVALE (Elaboração: Marcel D´Alexandria).

Desta forma a DOVV consegue abarcar dentro do seu território diversos seguimentos comerciais, não somente as vinícolas e fazem parte de alguma forma do roteiro de turismo implantado no território. De alguma forma os estabelecimentos comerciais como restaurantes, lojas de roupa, hotéis, beneficiam-se dos turistas oriundos do enoturismo.

Embora os serviços e a indústria moveleira sejam expressivos no município de Bento Gonçalves, a viticultura é que está inserida no cotidiano dos moradores. Existem, por toda a cidade, monumentos em homenagem ao vinho, festas para homenagear a uva, praças com nomes que remetem ao vinho, além da tradição na produção e consumo, bem como na atração turística decorrente das vinícolas e dos vinhos.

Há registros de que o enoturismo não se surgiu após o registro da Indicação Geográfica, desde a década de 1970, o Vale dos Vinhedos já despertava o interesse dos turistas:

Os primeiros indícios do enoturismo no Vale dos Vinhedos surgiram nas décadas de 70 e 80, quando algumas empresas familiares, como a atual Casa Valduga e a extinta Vinícola Fontanive, que produziam vinhos comuns elaborados com uvas americanas ou híbridas, decidiram plantar mudas de parreiras vitis viníferas, de origem européia, e iniciaram a produção de vinhos finos. Esses vinhos finos eram comercializados nas próprias vinícolas, atraindo consumidores da mesma cidade e de cidades vizinhas, além de turistas que, nesse período, visitavam a vinícola Aurora, em Bento Gonçalves. Além disso, muitas festas ligadas ao vinho contribuíam para atrair público, como foi o caso da Fenachamp em Garibaldi, da Fenavinho em Bento Gonçalves e da Festa da Uva em Caxias do Sul (VALDUGA, 2007).

O turismo na DOVV apresenta uma potencialidade para despertar diversos tipos de turismo na região. Atualmente pode notar uma predominância do enoturismo. A região apresenta diversas vinícolas que estão incluídas no roteiro de visitação dos turistas. Por vezes os roteiros podem ser feitos por carros, excursões em ônibus, entretanto o Vale dos Vinhedos desponta pelo charme criado a partir do roteiro do vinho através de um passeio de trem.

O passeio de trem resgata, através de uma viagem de duas horas, cenários da antiga Itália, com intervenções artísticas, cantos, pessoas vestidas a caráter como tradicionais italianos.

O passeio turístico de trem a vapor é uma memorável atração na Serra Gaúcha, na Região Uva e Vinho. Os turistas são recepcionados na estação de Bento Gonçalves com uma deliciosa degustação de vinho. Ao soar o sino, todos embarcam nesta viagem repleta de alegria e que traduz o jeito de ser dos imigrantes italianos. São 23 quilômetros de agradável percurso com duração média de 2 horas. Durante o passeio, a festa é conduzida por atrações típicas italianas e gaúchas (GIORDANI TURISMO, 2014).

O enoturismo desponta como um componente importante nas vendas de produtos das vinícolas existentes na DOVV. Verificou-se através de pesquisas feitas junto aos donos das vinícolas da DOVV no município de Bento Gonçalves, a importância do turismo para a manutenção das vinícolas. Conforme o quadro 2, existem 8 vinícolas que possuem a certificação de denominação de origem em um de seus produtos.

**Tabela 2 - Vinícolas da DOVV presentes no município de Bento Gonçalves – RS**

	Empresa	Ramo	Certificado de DO
1	Adega Dom Elizário	Vinícola	Não
2	Adega Cavalleri	Vinícola	Não
3	Lídio Carraro Vinícola Boutique	Vinícola	Não
4	Cava de Pedra	Vinícola	Sim
5	Vinícola Miolo	Vinícola	Sim
6	Vinhos Larentis	Vinícola	Sim
7	Casa Valduga	Vinícola/ Gastronomia/ Hortelaria	Sim
8	Vinícola Dom Cândido	Vinícola	Sim
9	Vinhos Tilton	Vinícola	Não
10	Vinhos Terragnolo	Vinícola	Sim
11	Vinhos Michele Carraro	Vinícola	Não
12	Peculiare Vinhos Finos	Vinícola	Sim
13	Vinícola Vallontano	Vinícola/Gastronomia	Não
14	Vinícola Torcello	Vinícola/Gastronomia	Não
15	Vinícola Almaúnica	Vinícola	Sim
16	Angheben Vinhos Finos	Vinícola	Não
17	Vinícola Cavas do Vale	Vinícola	Não

Fonte: APROVALE (Elaboração: Marcel D’Alexandria).

Conforme levantamento feito junto aos representantes das vinícolas que possuem a certificação, questionou-se quais os canais de venda possuem mais representatividades para a vinícola. Em todos os casos a venda no salão de vendas é o mais representativo, desta forma o turismo torna-se imprescindível para a manutenção das vinícolas.

O turismo tornou-se um elemento de contribuição para as vendas das vinícolas, de forma tão representativa, que as vinícolas vêm diversificando os negócios. Vinícolas como, Casa Valduga,

Marcel Azevedo Batista D'ALEXANDRIA. O turismo nas Indicações Geográficas: a potencialidade do turismo de experiência na denominação de origem vale dos vinhedos

Vallontano, Torcello, diversificaram negócios, apresentam junto as vinícolas, restaurantes para atender os turistas e potencializar as vendas da empresa.

Embora o enoturismo seja o turismo mais representativo a DOVV apresenta uma potencialidade ainda pouco explorada, o turismo de experiência.

O turismo de experiência é algo relativamente novo no contexto da DOVV, vem atraindo turistas para conhecer mais profundamente a produção dos vinhos, deixando de lado o rotineiro passeio pelas vinícolas, fazendo com que o turista de forma sinestésica possa compreender todo o processo de elaboração de um vinho.

Nesta modalidade de turismo o turista tem a possibilidade de viver como um produtor, participando diretamente do processo produtivo.

O Turismo de Experiência baseia-se na necessidade das pessoas sentirem e terem certeza de que estão vivas e de que estão conhecendo coisas novas, além da aprendizagem baseada pela experiência, já que o contato e a interação são importantes para evidenciar toda a proposta idealizada pela teoria. Aliás, esses turistas embarcarão nessas viagens como tivessem iniciado uma jornada, com direito a emoções e sensações inesquecíveis, pois buscam correr riscos e retornar diferentes, com mais conhecimentos, pois esse novo turista é um personagem que decide encarar o desafio (GÚZMAN; VIEIRA JUNIOR; SANTOS; 2010, p105).

Soares (2009) também define o conceito de turismo de experiência, entaltecendo que este tipo de turismo não visa somente contemplar as paisagens, mas a interação do turista com o local de visita.

Nota-se que o Turismo de Experiência surge então como um reflexo dos novos anseios e buscas da sociedade pós-moderna. A sede por conhecimentos racionais dá agora lugar à busca por sensações, emoções e espiritualidade em experiências únicas. O que significa dizer que o novo turista não quer apenas contemplar belas paisagens e reconhecer suas informações gerais, mas sim, que ele agora pretende vivenciar o novo/ diferente, sentir a sutileza, interagir, se emocionar e experimentar sensações inesquecíveis (SOARES, 2009).

O desenvolvimento do turismo de experiência na DOVV é algo incipiente, pelo menos de forma institucionalizada. Verificou-se junto as vinícolas quais delas praticam de forma definida algo para atrair turistas para esta modalidade. Percebe-se que somente a vinícola Miolo apresenta dentro dos seus cursos uma proposta para atividades sensoriais, uma relação do turista com a empresa, tornando o turista um elemento de ação na visita e não um mero elemento passivo.

A Miolo apresenta dois projetos, *Wine Day* e Programa *Winemaker*, nos quais o turismo de experiência pode ser potencializado, estes projetos estão inseridos junto aos cursos realizados pela empresa, juntamente com atividades como cursos de degustações de vinhos, *workshops* e curso de *terroirs* do Brasil.

O projeto *Wine Day* permite que os turistas sintam-se como parte do processo produtivo, a Miolo permite que os turistas nos meses de fevereiro e março, possam participar do processo de colheita, juntamente com funcionários da empresa, acompanhando todas as etapas de elaboração do vinho.

Curso de um dia onde o participante tem a oportunidade de acompanhar a elaboração do vinho desde o vinhedo a até a vinícola. Com o acompanhamento dos enólogos e agrônomos da empresa, o aluno participa da colheita das uvas, do recebimento, da elaboração, e também degusta o vinho em todas as etapas do processo!É um curso que mescla as técnicas de elaboração com as festividades da colheita da uva! Tudo isso acompanhado in loco, e sob a



orientação dos mais competentes enólogos do grupo Miolo. Ao final do programa os alunos são convidados para um almoço típico harmonizado com vinhos e espumantes, e recebem certificado de participação! O Wine Day acontece nas vinícolas do grupo, somente nos meses de colheita da uva (Fevereiro e Março) (VINÍCOLA MIOLO, 2014).

Através deste projeto o turista tem a possibilidade de sentir, por um dia, de que forma os produtores sentem-se após a colheita, aproveitando um turismo através dos diversos sentidos, não somente o visual. Este programa *Wine Day* permite o turista em um dia conhecer o processo de produção da empresa, entretanto é com o programa *Winemaker* que as sensações podem ser potencializadas no turista.

Este programa da empresa permite que o turista possa participar diretamente do processo produtivo, como se realmente fosse um produtor, escolhendo o tipo de uva a ser plantada, os métodos de armazenamento do vinho, escolha dos tipos de barris para conservar o vinho, escolha do tipo de rolha, garrafa, rótulo. Desta forma o turista tem a possibilidade de criar seu próprio vinho, tornando-o mais uma vez um elemento de ação e não somente um espectador.

Este programa ocorre em três módulos, havendo a exigência que o turista volte mais vezes para concluir as etapas do processo de produção. Embora este processo contemple a possibilidade do turista produzir seu vinho, sentir-se como um tradicional italiano, o valor para usufruir deste processo é relativamente alto, orçado em R\$12.000,00, englobando todo o curso, os vinhos produzidos, alimentação e hospedagem em um hotel de luxo.

O *Winemaker* é um programa desenvolvido pela Escola do Vinho com o objetivo de oferecer aos enófilos de todo o Brasil a oportunidade de elaborar seu próprio vinho, desfrutando de toda a estrutura das vinícolas do grupo Miolo e a experiência dos profissionais que a empresa dispõe. O Programa *Winemaker* é formado por três módulos; o primeiro, destinado a elaboração de vinho tinto, o segundo, destinado a elaboração de espumantes e ocorre em Bento Gonçalves e no Vale do São Francisco, e o último, destinado a vinhos brancos, acontece na região da Campanha (RS).

A seqüência de módulos deve ser seguida, não podendo um participante começar a partir do segundo ou terceiro módulo, por motivos de formação e conteúdo.

**Primeiro Módulo:** Através dele, é possível elaborar seu próprio vinho tinto dentro da Vinícola Miolo, utilizando suas uvas, estrutura e profissionais. O programa envolve desde os tratos culturais da videira, podas e outras atividades à campo, sempre guiadas com agrônomos e enólogos, até a elaboração do vinho, partindo da colheita, todos os processos da vinificação (agregado do pé-de-cuba, análises etc.) até chegar ao envelhecimento do vinho, definição dos cortes e rótulos (personalizado para cada participante).

\* Durante o período das quatro visitas, os participantes ficam hospedados no luxuoso Hotel e SPA do Vinho Caudalie, que fica em frente à Miolo. Participam de degustações especiais além dos jantares e almoços temáticos e harmonizados.

\* O vinho elaborado através do programa *Winemaker* é um Merlot, que pode receber em seu corte, outros vinhos, a ser definido pelo grupo. O vinhedo exclusivo *winemaker*, é uma das melhores parcelas do vinhedo da família, e está localizado dentro do Lote 43, na região demarcada do Vale dos Vinhedos. Todo o programa é conduzido pelo enólogo da família, Adriano Miolo, e por toda a equipe técnica da empresa, desde engenheiros agrônomos, e enólogos, até equipe de laboratório e **vinícola (VINÍCOLA MIOLO, 2014)**.

O programa inicia em Agosto, onde são abordados principalmente aspectos como: Viticultura, tratos culturais, podas e toda a parte agrônômica. Na visita de Novembro, o principal foco é a maturação das uvas, transformações fenólicas, poda verde etc. Além da parte prática, há também aulas e entrega de material para preparação da safra. No mês de Março, onde acontece a safra, os participantes farão desde a colheita das uvas, seleção manual dos cachos, adição do SO<sub>2</sub>, Pé - de - cuba, enzimas, enfim, todos os produtos enológicos, até análises e degustações. No mês de

Marcel Azevedo Batista D´ALEXANDRIA. O turismo nas Indicações Geográficas: a potencialidade do turismo de experiência na denominação de origem vale dos vinhedos

Junho/Julho, o encontro destina-se a definição do corte e envelhecimento, enquanto será definido o rótulo para cada participante, que ao final do programa receberá 10 caixas com seis garrafas do vinho que ele mesmo elaborou (VINÍCOLA MIOLO, 2014).

O programa Winemaker e o Wineday possibilitam então a potencialização do enoturismo, despertando através de atividades sensoriais sensações as quais não são comuns aos turistas, tornando o turista participante do processo e não apenas espectador, capturador de imagens da paisagem.

## CONCLUSÕES

As Indicações Geográficas despertam a possibilidade do fomento do turismo, visando conhecer os processos produtivos, possibilitar ao turismo conhecer os métodos de produção, o saber fazer, a tradição na produção, além de usufruir de produtos originais e de qualidade.

Diante deste cenário, no qual as IGs podem desenvolver o turismo, verifica-se que a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos apresenta um potencial para o fomento de projetos para o desenvolvimento do turismo de experiência, possibilitando o turista usufruir ao máximo dos elementos existentes na região.

Verifica-se que o turismo de experiência ainda é incipiente na DOVV, havendo já projetos em uma vinícola, entretanto carece de alternativas pelo poder público e privado possa desenvolver e atrair turistas para a região.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº. 9.279/1996, de 14 de maio de 1996. Regula direito e obrigações relativos a propriedade industrial. Brasil, INPI, 1996.

BRUCH, K. Análise da legislação brasileira sobre Indicações Geográficas. **Jornal A Vindima**, p. 21-23, 2008.

FALCADE, I. **A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões de Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil)**. Ivanira Falcade-Porto Alegre: IGEO/UFGRS, 2011.

FLORES, M. **Da solidariedade social ao individualismo: Um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha**. Florianópolis. 2007.

GIORDANI TURISMO. Passeio Maria Fumaça. 2014. Disponível em: <<http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>>. Acesso em: 9 ago. 2014.

GÚZMAN, S.; VIEIRA JUNIOR, A.; SANTOS, I. **Turismo de experiência: Uma proposta para o atual modelo turístico em Itacaré – Bahia**. CULTUR, ano 05, n. 1, p. 98-113, Especial - jan. 2011. Disponível em [http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao1/artigo\\_8.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao1/artigo_8.pdf). Acesso em 12 de julho 2014.

SOARES, T. **Características do Turismo de Experiência: Estudos de Caso em Belo Horizonte e Sabará sobre Inovação e Diversidade na Valorização dos Clientes**. 2009. 99f. Monografia (Graduação em Geografia) - Departamento de Geociências - Universidade Federal de Minas Gerais- Belo Horizonte, MG, 2009.

VALDUGA, V. **O processo de desenvolvimento do enoturismo no vale dos vinhedos**. 2007. 151f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul – Caxias do Sul, RS, 2007.

VINÍCOLA MIOLO. Cursos disponíveis. Disponível em: <<http://www.miole.com.br/cursos/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.