

ENOTURISMO E ACOLHIMENTO: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE VISITAÇÃO DA VINÍCOLA CASA GERALDO (MG)

MARIA HENRIQUETA SPERANDIO GARCIA GIMENES MINASSE
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

MICHELE CRISTINA DA COSTA SILVA
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à órgão de fomento:
Não há.

ENOTURISMO E ACOLHIMENTO: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE VISITAÇÃO DA VINÍCOLA CASA GERALDO (MG)

Introdução

Este artigo analisa a experiência de visitação da Vinícola Casa Geraldo (Andradas, MG) considerando os atributos mencionados por frequentadores no website TripAdvisor e suas respectivas avaliações. A Casa Geraldo é a principal expoente do enoturismo no sul de Minas Gerais e verifica-se na literatura brasileira uma carência de estudos que enfoquem iniciativas enoturísticas regionais, tendo em vista que a maioria das pesquisas tende a se concentrar em iniciativas do Rio Grande do Sul.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Os problemas de pesquisa são: como é avaliada, pelos próprios visitantes, a experiência de visitação oferecida pela Casa Geraldo? Quais são os atributos mais mencionados e como estes são avaliados? O objetivo geral é: analisar a experiência de visitação da Vinícola Casa Geraldo a partir dos comentários publicados pelos frequentadores no website TripAdvisor.

Fundamentação Teórica

Este artigo discute o conceito de enoturismo e as características desta atividade; caracteriza reputação online e discute os conceitos de hospitalidade e acolhimento. Entende-se o enoturismo como uma atividade complexa, que pode gerar benefícios para os empreendedores e para o destino, dinamizando as cadeias produtivas do vinho e do turismo. Considera-se que a reputação online é uma abordagem que permite analisar a opinião de frequentadores de empreendimentos e atrativos turísticos e que os princípios da hospitalidade e do acolhimento, quando colocados em prática, podem se tornar diferenciais.

Metodologia

Este artigo foi desenvolvido a partir de uma revisão bibliográfica e da análise, por meio de análise de conteúdo, de 308 comentários registrados no website TripAdvisor. A partir da conceituação de Valduga (2007) foram definidas 5 categorias analíticas a priori (práticas de degustação e qualidade do vinho; aprendizagem - processo de elaboração de vinhos; aprendizagem - tradições e cultura local; qualidade da gastronomia oferecida; paisagem e lugar) e duas categorias analíticas à posteriori: hospitalidade e acolhimento e experiência de visitação.

Análise dos Resultados

Os resultados indicam que a qualidade dos vinhos, a paisagem e a boa estrutura encontrada, a possibilidade de aprender sobre a fabricação da bebida, o bom atendimento e a realização de uma boa refeição no local são considerados os pontos altos da experiência. E, dentre todos estes elementos, destacam-se as avaliações positivas destinadas à paisagem e ao lugar, que também é percebida como acolhedora. A categoria aprendizagem - tradições e cultura local não foi representativa.

Conclusão

O enoturismo não se baseia unicamente em degustações e seu desenvolvimento depende de um conjunto de aspectos que devem ser proporcionados pelas vinícolas, de caráter geográfico (a paisagem), social (o acolhimento e o contato com o produtor), cultural (contato com as tradições do destino), cognitivo (a possibilidade de aprender sobre o universo do vinho) e gastronômico (para além das degustações, a possibilidade de provar uma comida de qualidade). Verifica-se, a partir desta análise empírica, que muitos destes elementos desempenham um papel fundamental na avaliação da experiência de visitação.

Referências Bibliográficas

Avena, B. (2006). Turismo, educação e acolhimento: um novo olhar. São Paulo: Roca. Castro, V., Santos, G., Gimenes-Minasse, M. & Giraldi, J. (2017). Práticas de visitação nas vinícolas da Serra Gaúcha. *Revista Turismo em Análise*, 28 (3), 380-402. Charters, S. & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319. Dallanhol, E. & Tonini, H. (2012). Enoturismo. São Paulo: Aleph. Hall, C.; Sharples, L.; Cambourne, B.; Macionis, B. (2004). *Wine Tourism around the world*. Oxford: Elsevier. Valduga, V. (2007) O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos

