

Roteiro do Vinho em São Roque: relações entre o lazer, o turismo e a participação sociocultural.

Wine Itinerary in São Roque: relations between leisure, tourism and socio-cultural participation.



Tamiris Martins da Silva- Universidade de São Paulo, Brazil (tamiris.martins.silva@usp.br)

Edmur Antonio Stoppa- Universidade de São Paulo, Brazil (stoppa@usp.br)

RESUMO

O presente artigo é resultado parcial do estudo de caso realizado sobre o Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia de São Roque. No roteiro há uma diversidade de equipamentos e atividades de lazer, que vai desde as tradicionais vinícolas e adegas aos restaurantes, docerias, pesqueiros e eventos. Com um público variado – idoso, adulto e jovem - a demanda representa hoje, majoritariamente, moradores da cidade de São Paulo e municípios do entorno. Dessa forma, esse trabalho teve como objetivo apresentar elementos que caracterizam o lazer enogastronômico no roteiro e como esse lazer ocorre nos equipamentos distribuídos e sinalizados em mapa da associação que gerencia o roteiro, bem como as relações com o turismo e a participação sociocultural proporcionada pelas atividades disponíveis. Para isso, foram realizadas seis visitas de campo para observação participante e aplicação de formulários de entrevista com empresários e visitantes no período de janeiro de 2019 a fevereiro de 2020. Como resultado, serão apresentados os elementos que podem ser considerados nesta caracterização, bem como a discussão a partir da literatura, ressaltando as possibilidades do lazer quando relacionados ao enoturismo e gastronomia como meios de participação cultural. Das entrevistas com empresários, destaca-se um nova geração dos gestores que se concentram nas políticas voltadas para o enoturismo e possibilidades de lazer e vivências mais significativas. Das entrevistas com visitantes, destaca-se: a busca por atividades de lazer em meio a um ambiente mais tranquilo que os centros urbanos, com a possibilidade de interação social e experiências enogastronômicas.

Palavras-chave: Lazer; Roteiro do Vinho de São Roque; Enoturismo; Gastronomia; Participação sociocultural

ABSTRACT

This article is a partial result of a case study carried out on the São Roque Wine, Leisure and Gastronomy Route. In which there is a diversity of equipment and leisure activities, ranging from traditional wineries to restaurants, pastry shops, fishing grounds and events. With a varied public - elderly, adult and young - the demand today represents, mainly, residents of the city of São Paulo and surrounding municipalities. Thus, this work aimed to present elements that characterize the wine food leisure in the itinerary and how this occurs in the equipment distributed and signaled on a map of the association that manages it, as well as the relations with tourism and the socio-cultural participation provided by the activities available. For this, six visits were made for participant observation and application of interview forms with businessmen and visitors from January 2019 to February 2020. As a result, the elements that can be considered in this characterization will be presented, as well as the discussion from the literature, highlighting the possibilities of leisure when related to wine tourism and gastronomy as means of cultural participation. From the interviews with entrepreneurs, a new generation of managers stands out who focus on policies aimed at wine tourism and possibilities for leisure and more significant experiences. Of the interviews with visitors, the following stand out: the search for leisure activities amid a more peaceful environment than urban centers, with the possibility of social interaction and food and wine experiences.

Keywords: Leisure; Wine Route of São Roque; Enotourism; Gastronomy; Socio-cultural participation.



INTRODUÇÃO

São Roque é um município brasileiro do interior do estado de São Paulo, situado na Região Metropolitana de Sorocaba, na Mesorregião Macro Metropolitana Paulista e na Microrregião de Sorocaba. De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2020), a sua população estimada no ano de 2020 é de 92.060 habitantes, distribuídos em 306,908 km² de área, com 106 bairros.

Devido ao seu grande potencial no cenário histórico artístico, ecológico (40% do território do município é coberto por Mata Atlântica) e cultural, em 1990, São Roque recebeu o título de Estância Turística. Com clima agradável, paisagem serrana e povo hospitaleiro, a cidade dispõe da oferta de meios de hospedagem, restaurantes, comércio e vinhos há apenas 60 km (aproximadamente 1h30min) do município de São Paulo, com acesso através das rodovias Raposo Tavares e Castelo Branco. Além disso, constitui-se como opção diversificada para turismo e lazer no Estado de São Paulo e região sudeste, para visitantes que procuram por diferentes experiências próximas a capital em seu tempo livre, principalmente ligadas ao vinho e gastronomia (Farias e Guizi, 2015).

A história de São Roque com o vinho começou no início do século XIX, quando os imigrantes italianos e portugueses cobriram as encostas dos morros com vinhedos, instalaram suas adegas e colaboraram para que São Roque se transformasse na Terra do Vinho no estado de São Paulo. Mas foi em 1936 que a vitivinicultura no município se fortaleceu, com a parceria entre a prefeitura municipal, a Associação de Estabelecimentos na Estrada do Vinho e o Sindicato de Produtores de Vinho (SindusVinho) para a organização e implantação do Roteiro do Vinho, que impulsionou o turismo através da estruturação da atividade ligada à produção de uva e vinho, contribuindo para o aumento do interesse pela região. Segundo dados do



SindusVinho (2020), em 1942, São Roque teve a primeira edição da Festa do Vinho, recebendo cerca de 100 mil pessoas, o que implicou na decisão de interrupção do evento, pois ele estava atraindo um número de pessoas três vezes superior à população do município naquela época e não havia a estrutura necessária para mantê-la sem os impactos indesejáveis.

A década seguinte foi marcada por um movimento de valorização imobiliária, que diminuiu as áreas de cultivo de uva em toda a região. A produção de vinho sofreu perda de competitividade, levando à diminuição da atividade vinícola. Naturalmente, muitas vinícolas fecharam e o Sindicato perdeu alguns associados - o município tinha 158 produtores de vinho na década de 1960 - ocasionando o enfraquecimento da atividade vinícola na região.

Em 1993, a Prefeitura considerou reformular a festa para promover seus principais produtos agrícolas, incluindo a alcachofra e as flores, além do vinho, em um grande evento anual (Santos & Gimenes-Minasse, 2019). Porém, a retomada da atividade sindical só aconteceu a partir de 2001 com a eleição de uma nova diretoria formada pelos descendentes dos pioneiros. Entre eles estava Cláudio Góes, atual prefeito, que assumiu a presidência do SindusVinho três anos depois para um mandato que foi até 2008. Nestes 70 anos de existência diversos produtores e representantes da atividade vitivinícola passaram pela presidência (SindusVinho, 2020). Atualmente o sindicato conta com 18 associados e tem a missão de resgatar o cenário da vitivinicultura no município amparado pela pesquisa e adequação de variedades para a produção de vinhos finos, no desenvolvimento de vinícolas locais e atração de novos investimentos com aposta no enoturismo, como forma de desenvolver a economia local, aliado à gastronomia com a produção de alcachofra, além da realização de eventos como a Expo São Roque e iniciativas como o roteiro.

O roteiro como hoje é conhecido existe desde 2006 e visa o fortalecimento do turismo gastronômico e do enoturismo, bem como



contribuir para a economia local. É composto por 44 pontos de visitação, divididos em subcategorias como, restaurantes; vinícolas e adegas; produtos típicos; pousadas, lazer e entretenimento. O principal objetivo do roteiro é proporcionar uma oportunidade de vivência da história e tradição local através dos espaços e equipamentos de lazer e gastronomia, em meio à mata atlântica preservada (Roteiro do Vinho, 2020).

Schülter (2003) destaca que roteiros turísticos têm como objetivo principal potencializar o atrativo local através de pontos que possuem uma proposta e características similares. No caso deste trabalho, essas características no roteiro estudado são a gastronomia típica, a produção de vinhos, o oferecimento de espaços para lazer ao ar livre e experiências através de eventos temáticos.

Dessa forma, o presente artigo pretende apresentar elementos que caracterizem o lazer, ligado à cultura do vinho e da gastronomia tradicional, a partir dos complexos enoturísticos e atividades que ocorrem no Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia.

A seguir, o artigo apresenta a metodologia e os referenciais teóricos que embasaram a presente pesquisa, bem como a discussão dos dados levantados em campo e que resultaram na sistematização da caracterização do lazer enogastronômico em São Roque, a partir dos principais elementos: a paisagem, por contrastar com o cenário urbano do cotidiano dos visitantes; a busca por relaxamento e descanso; a oferta de atividades como: degustação de vinhos, eventos e entretenimento, lazer e recreação, gastronomia e enologia, através de eventos, cursos e *workshops* direcionados àqueles que buscam conhecimento técnico da bebida ou simplesmente o lazer, com suas possibilidades de diversão, descanso e desenvolvimento pessoal e social (Marcellino, 2012).

METODOLOGIA



Este estudo foi realizado pela combinação da pesquisa bibliográfica e empírica (Severino, 2018), a partir do método do estudo de caso (Bruyne; Herman; Schoutheete, 1991).

Para a pesquisa empírica foram utilizadas as técnicas de entrevistas centradas (Thiollent, 2000) com os empresários no Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia de São Roque. Para realização das entrevistas centradas utilizou-se um roteiro com tópicos selecionados de acordo com os objetivos da pesquisa e os entrevistados discutiram sobre os pontos colocados em cada questão e a pesquisadora procurou interferir o mínimo possível, uma vez que tal questão é fundamental nesse tipo de entrevista. As entrevistas subsidiam dados aprofundados em um cenário individualizado, que poderão ser utilizadas para entender melhor o tema abordado.

Também foram realizadas as entrevistas semiestruturadas (Triviños, 2013) junto aos visitantes do Roteiro de São Roque. A definição da amostra foi definida de forma não probabilística (Bruyne, Herman & Schoutheete, 1991), intencional para os profissionais entrevistados, a partir de critérios de representatividade e disponibilidade. Para as entrevistas com visitantes a amostra foi definida de forma acidental, por critérios de acessibilidade e conveniência.

Ao todo, foram realizadas seis visitas, com seis entrevistas aplicadas com empresários do Roteiro e 100 entrevistas com visitantes. Para a aplicação de formulários com visitantes, foi utilizado o filtro de entrevistar apenas pessoas a partir de 18 anos de idade e não residentes de São Roque.

Além das entrevistas, também foi utilizada a técnica da observação simples ou não participante (Bruyne, Herman, Schoutheete, 1991), na qual se recorreu a recolhimentos de relatos e notas do que foi presenciado no local. Para realizar tal técnica optou-se pela formulação de um roteiro de observação para orientação, com foco, principalmente na comunicação, eventos e atividades oferecidos em cada equipamento visitado. A observação é mais adequada a uma análise de comportamentos



espontâneos e à percepção de atitudes não verbais, podendo ser simples ou exigindo a utilização de instrumentos apropriados (Zanelli, 2002). Devido ao volume de informações, optou-se pela utilização de uma ficha para a organização das informações coletadas.

Foram realizadas algumas visitas antes do início desta pesquisa através do “olhar do turista” destacado por Urry (2001, p.30) em que “[...] O turismo envolve, necessariamente, o devaneio e a expectativa de novas e diferentes experiências, que divergem daquelas normalmente encontradas na vida cotidiana”.

Assim, essa primeira visita foi realizada sob o aspecto de ruptura com o cotidiano, a fim de uma experiência fora do ambiente urbano diariamente vivido na capital paulista. Claro que a escolha pessoal se deu também pelo fácil acesso e pela ideia de relembrar visitas às vinícolas, vinhedos e áreas verdes já feitas no exterior, sem precisar sair do Estado de São Paulo, e, assim, vivenciar experiências diferentes daquelas que se encontram na capital. Embora a cidade de São Paulo, seja a capital gastronômica do país, pode ser bastante estressante sair para almoçar aos finais de semana, uma vez que há falta de espaço para estacionar, há longas filas de espera, restaurantes lotados, trânsito, barulho, entre outros aspectos que para quem vive em grandes centros urbanos já parece o normal, porém tais situações é o que menos se espera de um tempo de relaxamento e descanso.

Neste primeiro contato, o consciente de uma pesquisadora dos Estudos do Lazer e Turismo começou a trabalhar e observar o que ocorria nos locais. Alguns pontos chamaram a atenção tais como a quantidade de visitantes de diversas idades (crianças, jovens, idosos) e grupos sociais (amigos, casais, famílias, excursões), a variedade de espaços com áreas verdes, restaurantes, adegas e empórios, além de uma hospitalidade genuína e possibilidade de vivência lúdica através da gastronomia e do vinho, bem como da participação sociocultural.



Ao longo de outras visitas, foi possível analisar e refletir mais sobre essas características no contexto dos equipamentos e atividades de lazer presentes em São Roque, proporcionado por este objeto de expressão cultural e de fácil acesso para os paulistas.

Dessa forma, após o levantamento da literatura acerca do tema e seus principais conceitos foi possível ir a campo novamente para a coleta de informações que serão apresentadas e discutidas a seguir, desta vez, através do olhar acadêmico e sociológico do lazer e o turismo.

As primeiras visitas de campo foram entre novembro de 2018 e novembro de 2019, reservadas apenas para observação simples de campo com utilização de roteiro pré-estabelecido, com exceção à última visita neste período, na qual se entrevistou também alguns visitantes da Expo São Roque com a utilização dos formulários de entrevista semiestruturada.

Vale ressaltar, que a principal limitação deste estudo foi organizar visitas e agendar todas as entrevistas com os empresários selecionados, considerando que todos são empresários bastante ocupados, principalmente aos finais de semana e feriados. Contudo, todos foram muito atenciosos e prestativos, se esforçando para atender com muita hospitalidade.

Outro ponto que precisa ser apontado foi sobre a dificuldade de manter a frequência de visitas ao destino, uma vez que até mesmo fatores climáticos puderam atrapalhar o cronograma de visitas (muitas chuvas no verão, por exemplo), até que a pandemia do novo coronavírus, a partir de março de 2020, impediu o prosseguimento das visitas de campo para aplicação de entrevistas com moradores locais, que seria a terceira etapa de entrevistas na cidade.

A seguir, alguns tópicos da literatura que puderam contribuir para uma discussão acadêmica após a coleta de dados em campo.

Lazer: fenômeno cultural de descanso, desenvolvimento e diversão



Entendido como fenômeno gerado historicamente do qual emergem valores que contribuem para mudanças de ordem moral e cultural, pode-se dizer que o lazer é, sobretudo, um fenômeno cultural que pode ser vivenciado por meio da prática ou da fruição (Marcellino, 2012), com caráter desinteressado, no qual a busca se resume apenas na satisfação provocado pela situação vivida.

Em relação às possibilidades de vivência de atividades no lazer destaca-se a classificação dos interesses culturais do lazer, mais comumente utilizada no Brasil, apresentada por Dumazedier (1980a) que, baseado no interesse cultural que predomina em cada situação e espaço, as classificou em manuais, intelectuais, sociais, físicas e artísticas. Para o autor acima, o interesse deve ser entendido com o “[...] conhecimento que está enraizada na sensibilidade, na cultura vivida” (1980a, p.110). Assim, pode-se afirmar que o lazer é, sobretudo, um fenômeno vivenciado por meio da prática, do conhecimento ou da fruição de atividades culturais (Marcellino, 2012), lúdicas, recreativas, em diferentes espaços e equipamentos.

O entendimento de cultura aqui é em sentido amplo, consistindo num “[...] conjunto de modos de fazer, ser, interagir e representar que, produzidos socialmente, envolvem simbolização e, por sua vez, definem o modo pelo qual a vida social se desenvolve” (Macedo, 1982, p.35). Ou seja, é necessário reconhecer e valorizar que a atividade humana está relacionada à construção de significados que dão sentido à existência humana.

Além disso, ressalta-se a importância da vivência diversificada dos conteúdos, uma vez que uma das principais características ligadas ao lazer - a liberdade de escolha, somente poderá se efetivamente realizada se os sujeitos conhecerem as diferentes possibilidades em termos de conteúdos. A falta de opção, geralmente, leva as pessoas a fazerem sempre as mesmas atividades em seu cotidiano, não porque querem, mas por não conhecerem outras situações (Marcellino, 2012).



Além disso, as opções poderiam ser ainda mais ampliadas se as programações de lazer levassem em conta as possibilidades de vivências do lazer em relação às possibilidades de participação (Dumazedier, 1980b), conforme o entendimento de lazer acima colocado. Se o lazer pode ser vivenciado pela prática, conhecimento e assistência/fruição, cada uma das atividades ligadas aos conteúdos poderia ser pensado e executado em relação ao fazer, ao conhecer e ao assistir, e assim, tais possibilidades poderiam aumentar as opções, trabalhando no sentido da formação de bons praticantes, conhecedores e/ou expectadores de determinada atividade.

Tais possibilidades poderiam colaborar com a mudança daquilo que Marcellino (2012) aponta em relação ao desenvolvimento do lazer como um instrumento de alienação, como válvula de escape, de modo que as pessoas possam se ajustar a uma sociedade injusta, valorizadora apenas da produtividade e dos valores do trabalho, desconsiderando as possibilidades criativas e questionadoras da sociedade desenvolvidas no âmbito do lazer.

Sobre essa relação dialética do lazer e do consumo, Padilha (2006) destaca o *shopping center* híbrido, como mais que um espaço de consumo de objetos, mas também um centro de compra de serviços, alimentação e lazer. Trata-se de um espaço criado para substituir a cidade com seus problemas reais e ser apenas um local de diversão. No entanto, se para a autora, os *shoppings centers* são as “catedrais do consumo”, entende-se, por outro lado, que também são oportunidades de lazer, de vivências diversificadas de conteúdos, em seus diferentes gêneros, ampliando e valorizando as possibilidades de desenvolvimento das pessoas.

Turismo: conteúdo cultural do lazer

Colaborando para o desenvolvimento da teoria do lazer, Camargo (2017) sugeriu um sexto conteúdo cultural - o turístico-, baseando-se na explosão dos empreendimentos e emergência do interesse específico por viagens. Para o autor, o interesse turístico é marcado pela busca de



mudança de paisagem, ritmo e estilo de vida, ou seja, a quebra temporal/espacial, em busca de novas paisagens, novas culturas. Por sua vez, para Uvinha (2007) o turismo passou a constituir um elemento de lazer contemporâneo fundamental para a análise do mesmo, pois além de possuir destaques econômicos, o turismo é ainda um forte apelo a expressões e trocas culturais. Para o autor, o turismo não pode ser reduzido apenas a uma prática econômica, mas também como uma das expressões culturais do lazer, que proporciona desenvolvimento, sendo, portanto, campo de promoção humana e elemento integrante da cultura. Segundo Mayor e Isayama (2017) sua realização está diretamente ligada ao grau de escolaridade, pois o fazer turismo aumenta substancialmente a partir do grupo que possui o ensino médio e as atividades de lazer vivenciadas variam de acordo com a classe social, com as oportunidades e possibilidades sendo distintas, já que a apropriação sobre o tempo disponível é desigual na sociedade atual.

Lazer gastronômico: sociabilidade e participação sociocultural

Na perspectiva dos estudos de Dumazedier (1980a; 1980b) diversos outros autores apontam novos interesses à medida que estes vão se apresentando como destaque na sociedade. Apesar de a questão ser polêmica, Campos (2006) apresenta a gastronomia como um interesse cultural do lazer, que tem como conteúdo o prazer de satisfazer o paladar, podendo incluir aí qualquer alimento ou bebida do ponto de vista do prazer não apenas nutritivo. Apesar de o destaque ser para o paladar, atualmente, muitos autores e gourmets dizem que a gastronomia é uma das únicas (senão a única) das artes capaz de provocar os cinco sentidos em um só instante, reforçando ainda mais suas possibilidades como fonte de satisfação e prazer.

Atualmente, percebe-se que essa atividade, está ligada não apenas ao consumo de alimentos e bebidas propriamente dito, mas também a conteúdo de cursos, aulas de culinária, livros, utensílios, programas, filmes e



séries culinárias, bem como, relacionados à prática de cozinhar, ressaltando o prazer de preparar, servir, comer e compartilhar.

Pesquisa recente de Fernandes e Stoppa (2020), a partir de dados de uma pesquisa da Decode (2020), aponta que durante a pandemia do coronavírus cresceu o número de pessoas buscando informações sobre cozinhar em casa ou sobre aplicativos de *delivery* ligados a consumo de alimentos. A procura por receitas *gourmets*, assim como de eletrodomésticos e acessórios de cozinha mostra o interesse por cozinhar enquanto vivência de lazer, como um *hobby* e não somente para a sobrevivência.

É evidente que a comida e a bebida estão presentes nas interações, como um componente social ligado à comensalidade (Poulain, 2013), contudo, há ainda sujeitos que vão a determinados locais de consumo pelo prazer de conhecer um novo sabor ou mesmo em busca do conhecimento de determinada cultura ou culinária, em seu tempo de lazer.

Nesse sentido, alguns autores analisaram a gastronomia no contexto do lazer. Barreto & Senra (2001), por exemplo, defendem a inclusão do lazer gastronômico, como uma das possibilidades para quem busca prazer e entretenimento, pois com a separação do tempo de trabalho e do tempo livre, o conceito de alimentação apenas como necessidade de sobrevivência foi somado à busca de hedonismo na arte de comer.

A socióloga Heck (2004) em seu artigo “Comer como atividade de Lazer”, afirma que populações urbanas procuram a alimentação fora do lar em busca de uma comida sofisticada, de difícil preparo e exótico. No entanto, segundo a própria autora, este argumento não se explica diante da popularidade e consumo da chamada *junk-food* e da comida caseira. Outro fenômeno é o aparecimento da chamada *comfort food*, conhecida por levar o consumidor às lembranças da infância e suas memórias gustativas através de recursos diversos, como a gastronomia molecular.

Heck (2004) explica que isso significa que os indivíduos sentem um grande prazer em consumir alimentos em locais públicos. Sair de casa para



comer demonstra uma vontade de interagir socialmente antes mesmo da necessidade de se nutrir. Trata-se de uma forma de o indivíduo se apresentar na sociedade e, por meio da comensalidade, intermediar suas relações sociais (Fischler, 2021; Poulain, 2013), pois o restaurante é visto como um lugar onde a sua imagem é refletida. Percebe-se aqui, o papel da comida e das bebidas como elementos relacionados aos interesses sociais do lazer.

Vinho: de símbolo de tradição a produto cultural do enoturismo

No Brasil, com a imigração, o vinho se tornou uma das referências simbólicas dos e para os imigrantes e descendentes por diversos motivos, seja de ordem religiosa ligada à simbologia do vinho no cristianismo, religião seguida por imigrantes, seja de ordem cultural, pois, no local de sua origem, havia o hábito cotidiano de beber o vinho, e dessa forma, portugueses, italianos entre outros, trouxeram mudas de videiras ao Brasil (Lavandoski, Tonini e Barreto, 2012). O vinho tornou-se fonte de prazer, fruto da agricultura e do trabalho dos imigrantes e descendentes e, assim, uma marca cultural da imigração no Brasil (Valduga, 2009; 2011).

Inicialmente, o vinho tinha caráter popular, porém, ao longo do tempo, tomou uma conotação simbólica de *status* para quem o adquire/bebe. Isso, não quer dizer que o vinho deixou de ser popular, mas, através dos processos de certificação e de agregação de valor, além do valor territorial e identitário, o caráter de escassez passou a valorizar o produto, limitando o acesso através de estratégias de produção, preço, premiação em concursos, entre outras. Dessa forma, ao vinho passaram a serem atribuídos alguns valores, o transformando em produto comercial para símbolo de status, poder e distinção social (Valduga, 2009; 2011).

Assim, surge a ideia de uma “cultura” enológica, na qual o sujeito, motivado por influências de mercado que enaltecem as características dos vinhos, passa a buscar a bebida pelos seus valores, enquanto produto cultural (Valduga, 2009; 2011), inclusive, no seu tempo de lazer.



É no enoturismo que o vinho se transforma em produto cultural, carregando assim significados simbólicos em seu contexto, que vai desde a sensação de remeter a outros tempos e espaços, até a materialização através de monumentos, vinhedos e festas ligados à viticultura (Lavandoski, Tonini e Barreto, 2012).

Um ótimo exemplo de experiência enoturística no Brasil é encontrado em Bento Gonçalves (RS), onde ocorre o passeio de Maria Fumaça no “trem do vinho” e apresentação da história da imigração no Brasil. A atividade começa na Estação onde o visitante é recebido e conduzido por um espaço de nove cenários, em tamanho real, por atores que interpretam imigrantes e contam sua história desde a principal razão que os trouxeram ao Brasil (crise econômica europeia do pós-primeira guerra) até o início da vinicultura no Sul do Brasil (Debenetti, 2008).

Após a apresentação, começa a festa regada a vinho e suco de uva, com o embarque no trem do vinho, que no início do século XX, servia para o escoamento da produção de vinho e demais produtos locais. Este passeio, desde 1992 é utilizado apenas com finalidade turística cruzando as históricas cidades de Carlos Barbosa e Garibaldi. Durante o trecho, dentro do trem, acontecem diversos shows com dança e músicas italianas e gaúchas, e claro que, com a presença do vinho e suco de uva, servidos à vontade. Além de divertida, a experiência é cultural, educativa e lúdica, uma vez que conta uma história, celebrando seus legados culturais. Pessoas de todas as idades se divertem juntas, fazem amizades e brindam a história dos italianos, fazendo com que tudo tenha ainda mais valor do ponto de vista do lazer turístico e social.

Essa atividade é uma forma eficiente de criar e induzir um fluxo de visitantes em uma região vinícola, uma vez que ela oferece um conjunto de elementos culturais, paisagens, vinho, gastronomia, arte e artesanato. Até mesmo quem não gosta de vinhos pode visitar as localidades produtoras da bebida, pois essas áreas são repletas de atividades diversificadas.



Em São Roque, também existem exemplos de atividades de menor porte e sazonais, que serão apresentadas a seguir.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com os apontamentos anteriores, há 50 km da capital, o Roteiro do Vinho é formado pela Estrada do Vinho, Estrada dos Venâncios e Rodovia Quintino de Lima. O passeio pelo roteiro é gratuito e os acessos, necessariamente, são realizados por meio de veículo particular ou de excursões organizadas por pequenas agências de receptivo.

Entre as atividades estão: degustação de vinhos e sucos, produtos típicos, almoço em ótimos restaurantes e programações memoráveis em fazendas, pesqueiros, ranchos e pousadas e, complexos enogastronômicos. Além disso, é possível visitar produções de hortaliças, em especial a alcachofra, trazidas pelos imigrantes europeus no passado, que encontraram em São Roque, um clima ideal para desenvolver suas culturas. Atualmente a alcachofra é um dos símbolos da cidade ao lado do vinho.

Como o próprio nome sugere, o roteiro engloba o vinho, o lazer e a gastronomia. Por isso, o objetivo desta pesquisa, concentra-se na caracterização dos espaços, equipamentos e atividades no âmbito do lazer enogastronômico como meios de participação sociocultural.

Durante a pesquisa de observação de campo, foram considerados os seguintes pontos de visitação, onde ocorrem as atividades conforme descritas a seguir:

1. Alcachofras Bonsucesso: especializado na plantação, preparos e comercialização da alcachofra.
2. Quinta Do Olivardo: complexo enoturístico, com diversas opções de alimentação, bebidas, eventos e lazer ao ar livre e atividades de aventura.



3. Villa Canguera: complexo enoturístico com diversas opções de alimentação, bebidas, eventos e áreas verdes, bem como museu.
4. Vinhos Bella Quinta: adega de comercialização de vinhos e outros produtos locais, derivados de uvas e alcachofras, bem como queijos e artigos de enologia.
5. Vinhos XV De Novembro: o mais novo complexo enoturístico, com adega, empório e muita área verde.
6. Vinícola Casa Da Árvore: complexo enoturístico com restaurante, empório e atividades ao ar livre e de aventura.
7. Vila Don Patto: complexo enoturístico com diversas opções de alimentação, bebidas, eventos e áreas verdes.
8. Vinícola Góes: complexo enoturístico com diversas opções de alimentação, bebidas, eventos e áreas verdes.

A partir da observação de campo e da aplicação da entrevista com os profissionais do roteiro, pode-se perceber algumas das principais atividades, elementos e características que auxiliam no entendimento do lazer enogastronômico de São Roque.

Nas Tabelas 1 e 2 está simplificada a descrição desses 8 espaços visitados, seguidas de algumas observações realizadas durante as visitas a esses locais.

Local	Espaço e Equipamentos
Alcachofras Bonsucesso	Restaurante, Empório e Plantação de Alcachofras
Quinta DoOlivardo	Parreiral, Esportes de Aventura (Arborismo, Tirolesa), Passeios a Cavalo, Empório, Lago com Pedalinhos, Fábrica de Pastel de Natas, Tasca (Lanchonete), Adega e Restaurante
Villa Canguera	Armazém Natural da Terra, Villa Canguera Restaurante, Adega, Museu Do Vinho, Lago, Redes e Playground
Vinhos Bella Quinta	Empório e Adega
Vinhos XV De Novembro	Empório Sant'Angela, Estrada Café, Parreiral, Adega, Plantação de Alcachofra, Playground e Jardim Sensorial (Flores)



Vinícola CasaDa Árvore	Parreiral, Esportes de Aventura (Arborismo, Tirolesa), Lago-Pedalinho, Trattoria Casa a Árvore, Empório e Café
Vila Don Patto	Parreiral, Playground, Lounge Cascata, Restaurante Português, Restaurante Italiano, Empório e Adega, Café e Boulangerie, Sorveteria, Choperia e Cervejaria, Pista Off Road e trilhas, Redário e espaços instagramáveis e espaço para realização de eventos privativos.
Vinícola Góes	Parreiral, Playground, Lago-pedalinho, Adega, Jardim, Empório, Loja de Vinhos e Boutique de Vinhos Finos, Restaurante Vale do Vinho, Mini-Shopping e espaço para realização de eventos privativos.

Tabela 1 – Espaços e Equipamentos no Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia de São Roque. Fonte: desenvolvido pela autora (2020)

No quadro observa-se que os espaços estão cada vez mais complexos, a fim de oferecer opções para que o visitante permaneça no local, se assemelhando, guardadas as devidas proporções, aos *shoppings centers* ao ar livre. Durante as entrevistas com empresários, muitos ressaltaram que até os anos 2000 não havia a visão sobre o lazer e enoturismo associado às vinícolas de São Roque, mas foi a partir do olhar holístico da nova geração que se tomou consciência de que era preciso oferecer algo a mais para os visitantes, ampliando, assim, não só o público, incluindo crianças e idosos, mas também a permanência e o consumo das pessoas nestes espaços, além da qualidade das experiências oferecidas.

Para isso, a administração da Villa Canguera afirma que a união das vinícolas, restaurantes e atrativos em uma associação foi muito importante, pois apenas “[...] através do roteiro é que se pôde estabelecer regras e um padrão de qualidade para que todos tirassem proveito e alcançassem sucesso”. Para ele, o trabalho que o roteiro e o sindicato desenvolvem é ótimo e auxilia no crescimento e desenvolvimento do destino, garantindo o fluxo de pessoas constante entre as vinícolas “[...] como se fosse um *shopping* ao céu aberto”.

Pode-se dizer que o lazer enogastronômico em São Roque, mesmo apresentando componentes de consumo e *status*, também envolve os visitantes como participantes e os coloca em contato com a cultura



vitivinícola, oferecendo uma rica experiência e aqui, se observa todos os espaços de portas abertas para todos que desejam visitar, com a entrada e estacionamento gratuitos.

Além disso, como se observa a seguir, os eventos oferecidos, proporcionam a participação dos visitantes, bem como seu descanso, divertimento e desenvolvimento (Dumazedier, 1980a). Por exemplo, nos eventos como a Expo São Roque, além de usufruírem da gastronomia e vinhos locais, os visitantes também desfrutam de apresentações culturais, participação da pisa da uva, bem como experiências ligadas ao interesse social do lazer, pois os espaços ao ar livre proporcionam a convivência, através de um ambiente formatado para fomentar tal integração entre as pessoas - disposição das mesas, cadeiras e balcões de degustações.

O administrador da Vinícola XV de Novembro, destaca que valoriza muito a interação com os visitantes e acredita que isso agrega valor ao seu produto, pois as “pessoas não veem apenas para tomar vinho, elas veem para conhecer uma história ou visitar os amigos, afinal, nos tornamos amigos de quem vem até aqui”.

Na Expo São Roque, foi possível observar a atividade da pisa da uva que proporciona um momento de ludicidade para os participantes, através de uma prática cultural tradicional ligada à produção de vinho mais antiga.

A tabela 2 apresenta alguns dos eventos e atividades oferecidos pelo roteiro:

Local	Eventos e Atividades
Alcachofras Bonsucesso	Expo São Roque
Quinta Do Olivardo	Expo São Roque, Pisa da Uva; Jantar com Fados; Jantar do Vinho dos Mortos; Almoço com MPB; Encontro Portugal Espanha; Rodízio de Galetos à Moda Portuguesa; Festa de São Martinho; Aniversário da Quinta do Olivardo – Rodízio de Vinhos; Noite de Vinhos e Queijos; Festival de Inverno e Festa Junina.



Villa Canguera	Expo São Roque, Passeio Guiado Pela Produção de Vinhos, Festa Junina, Carnaval, Almoço Temáticos, Fermentação em Ânforas e Degustação de Vinhos.
Vinhos Bella Quinta	Expo São Roque, Degustações de Vinho, Vindima e Visitas Guiadas
Vinhos XV De Novembro	Expo São Roque, Dia do Vinho Brasileiro e Festas de Agosto, Consultoria para a Produção do Próprio Vinho e Degustações de Vinhos.
Vinícola Casa Da Árvore	Almoço no Parreiral, Piquenique Degustações Harmonizadas, Visitas Guiadas, Páscoa Eslava com Aula de Culinária, Vindima e Pisa da Uva.
Vila DonPatto	Vindima e Pisa da Uva, Artesanato, Visita com trezinho, jantares temático, Festival da Alcachofra, Encontro de Mini Coopers, Encontro de BMWs Grand Brasil.
Vinícola Góes	Expo São Roque, Vindima e Pisa da Uva, Visitas Guiadas, Degustação de Vinhos, Aulas de enologia, Degustação orientada e Música ao Vivo, dança e teatro aos finais de semana, Harmonizações temáticas, Colheita ao Luar e Festival de Inverno.

Tabela 2 – Eventos e Atividades Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia de São Roque. Fonte: desenvolvido pela autora (2020)

Dentre as atividades, destaca-se a vindimas (colheita da uva) e visitas guiadas nas vinícolas, na qual é realizada uma apresentação descontraída dos procedimentos na fabricação do vinho, desde a colheita nos parreirais até os procedimentos tradicionais (como a pisa da uva) e mais modernos (com equipamentos de alta tecnologia) de toda a produção vitivinícola. Pessoas de todas as idades são aceitas nas atividades, por isso, a vivência proporciona, além do divertimento, o desenvolvimento pessoal relacionado à temática da enologia, uma vez que as etapas da visita apresentam um conhecimento específico sobre história, geografia, química, biologia entre outras ciências relacionadas ao mundo do vinho.

Ao final, os adultos brindam com degustação do vinho e as crianças, podem participar tomando o suco de uva também produzido localmente. Os almoços e jantares também envolvem o contato com a cultura dos imigrantes, bem como com outras manifestações culturais de herança dos



imigrantes (decoração, músicas, festas típicas, entre outros), inclusive, ressaltando as possibilidades do lazer.

Nesse sentido, Fagliari (2005) reforça a ideia de que pratos e produtos típicos são elementos que podem ser trabalhados de forma a se tornarem atrativos turísticos. A autora acredita que através de peculiaridades regionais e territoriais, pode-se oferecer uma experiência local aos visitantes e essa experiência envolveria não só os cinco sentidos, através da gastronomia, mas também a intelectualidade através de elementos históricos e culturais do país. Nos estudos do lazer, essa compreensão remete aos interesses intelectuais do lazer, inclusive.

No empreendimento Alcachofras Bonsucesso, por exemplo, durante a visita guiada, é possível conhecer o processo e história da planta, e em seguida, saboreá-la nos pratos oferecidos no restaurante no local. A comida se torna parte de uma experiência completa que vai da plantação até a mesa, uma vivência que agrega valor ao produto enquanto alimento e no desenvolvimento intelectual durante uma atividade lúdica. Esse tipo de experiência é cada vez mais procurado em viagens, no âmbito do lazer, por ser algo que agrega conhecimento e valor ao que se come.

A visita é gratuita e precisa ser agendada. Durante a visita, Ana Lídia, a proprietária, recebe, explica sobre a alcachofra e seus processos, conta a história da família com a cidade, o roteiro e a alcachofra e, em seguida, serve as delícias de sua cozinha. Entre os principais pratos do cardápio, estão: alcachofras recheadas, à parmegiana e massas. Assim como nos outros negócios do roteiro, a Alcachofras Bonsucesso também é um negócio de família. “Aqui todo mundo da família ajuda”, comenta Ana Lídia, apontando para a sua neta que estava presente. E explica que o marido é responsável pela plantação, sua mãe ajuda na decoração e artesanatos, sua filha faz os doces e todos sempre estão presentes para o atendimento do empório e restaurante, reforçando os laços identitários do lugar.



Outros pontos observados durante as visitas foram: a comunicação e a sinalização no Roteiro do Vinho, que se apresentam como um modelo padronizado para toda a Estrada do Vinho, Estrada dos Venâncios e Rodovia Quintino de Lima. Tal situação sugere que os empreendimentos fazem parte de um todo, característica própria de um roteiro, uma vez que logo no início já é possível encontrar sinalizações como “Você está no Roteiro do Vinho”.

Dos equipamentos visitados houve dificuldade apenas no acesso para a Alcachofra Bonsucesso, devido à má sinalização para se chegar ao local, pois no caminho a sinalização é deficiente, com poucas placas indicativas e a entrada fica escondido, não pavimentada, o que dificulta bastante para quem vai sem o apoio de agências de turismo receptivo.

Em seis dos oito locais visitados foi possível retirar o mapa impresso do Roteiro, o que faz com que o visitante entenda que tem outros locais para visita, algo fundamental para promover a apresentação do roteiro como um produto integrado e único (75% dos entrevistados nesta pesquisa, afirmaram conhecer o Roteiro do Vinho de São Roque, mesmo que fosse a primeira visita).

Outro ponto positivo são as redes sociais, importante aliado na consolidação e comunicação com os visitantes. Apenas a Alcachofras Bonsucesso não apresenta sites ou redes sociais ativas até a data da visita, mas por outro lado, a propriedade é bastante conhecida, por sempre estar em reportagens na televisão ou revistas, principalmente ligadas ao agronegócio. Também é conhecida e indicada por todos no roteiro.

Após a coleta dos dados por meio da observação simples dos espaços foi possível aplicar os formulários aos visitantes. Ao todo, foram entrevistados 100 visitantes. As informações levantadas evidenciaram a diversidade do público e interesses, Por exemplo, como se observa no Gráfico 1 abaixo, o público é dividido quase que igualmente entre o gênero masculino e feminino.



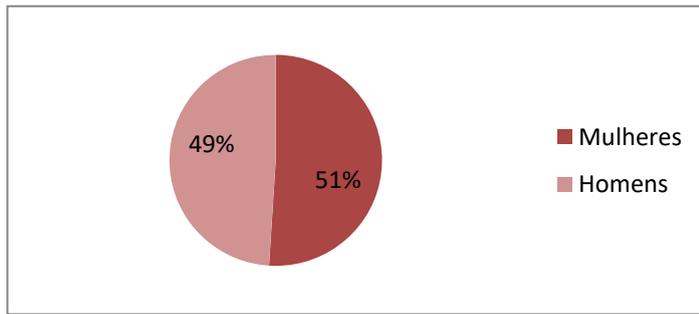


Gráfico 1 – Gênero dos visitantes entrevistados no Roteiro do vinho de São Roque.

Em relação à faixa etária (Gráfico 2), o maior percentual compreende a faixa etária de 26 a 45 anos, mas é importante ressaltar que foram entrevistadas pessoas de até 81 anos e observou-se muitas crianças e adolescentes junto aos entrevistados e com outros visitantes nos locais. Tal resultado se assemelha ao resultado da investigação realizada por Silva (2016) sobre a análise do perfil do enoturista no Chile, em sua pesquisa o autor verificou que, esse tipo de turista se divide entre homens e mulheres praticamente de forma equitativa e se concentram entre 25 e 44 anos de idade. O estudo demonstrou que quanto mais velho, maior era o envolvimento com o vinho e maior a preferência por viajar em grupos menores.

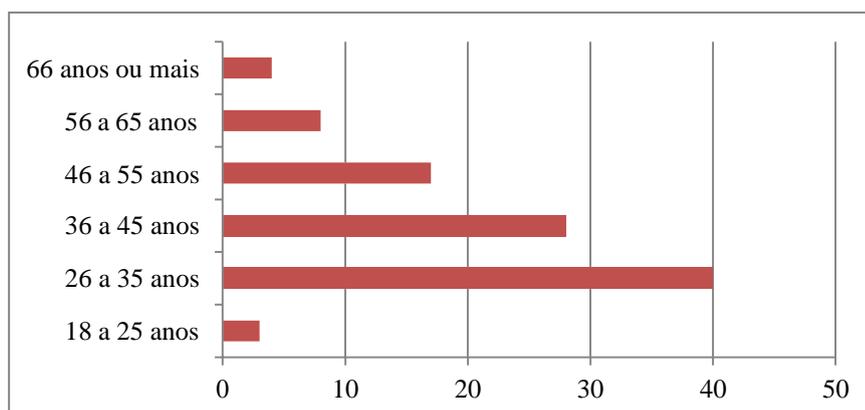


Gráfico 2 – Faixa etária dos visitantes entrevistados no Roteiro do vinho de São Roque

O Gráfico 3 apresenta quem acompanha os entrevistados na visita ao roteiro de São Roque. Se os dados mostram que o gênero e a faixa etária são diversificados, a situação se exacerba em relação aos acompanhantes dos visitantes do roteiro. Percebe-se o forte apelo para um passeio com

amigos, casais, colegas de trabalho e, principalmente, familiares. Neste sentido, o conteúdo social do lazer se destaca como uma das possíveis características mais expressivas do lazer enogastronômico desenvolvido em São Roque. Porém, em menor número, foi possível entrevistar, também, pessoas que estavam sozinhas.

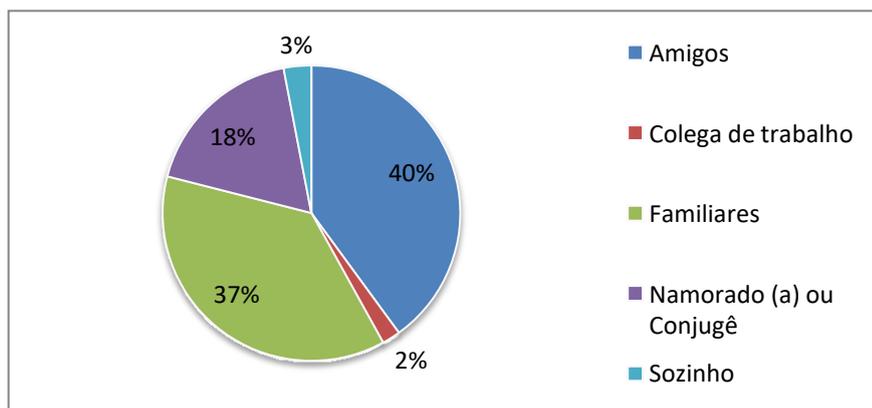


Gráfico 3 – Com quem os entrevistados estavam durante a visita ao Roteiro do vinho de São Roque

Outra característica apontada pelos dados da pesquisa é a permanência das pessoas na cidade para desfrutar do roteiro do vinho e de outras possibilidades na cidade. Ainda que muitos afirmem não dormir no destino, 15% dos entrevistados pernoveram pelo menos uma noite. Vale ressaltar, que na literatura, Hall e Macionis (1998) consideram no grupo de enoturistas tanto os excursionistas como os visitantes que permanecem mais de 24 horas no destino, ampliando a possibilidade de compreensão do perfil deste turista de interesse específico.

Neste trabalho, porém, optou-se por não se concentrar na descrição do perfil desse turista propriamente e sim na atividade que os visitantes compartilham no contexto do vinho e gastronomia.

Contudo, é importante destacar que dentre os 6 empresários entrevistados, 5 afirmaram que pensam em estratégias para aumentar a permanência dos visitantes no futuro.



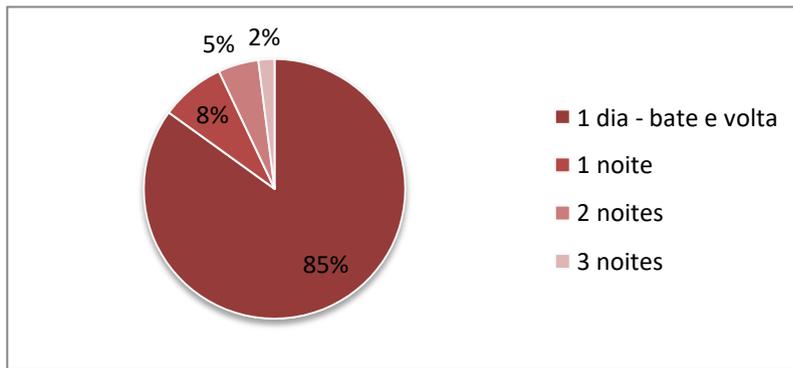


Gráfico 4 – Quanto tempo os entrevistados passaram em São Roque

A pergunta que mais rendeu informações foi “Por que veio a São Roque hoje?”. As respostas representam, sobretudo, a busca por um local de:

a) “*Divertimento e descanso ao ar puro*” – O que poderia remeter aos valores vinculados ao lazer, em especial ao divertimento e descanso de Dumazedier (1980a), apesar das respostas não citarem diretamente o desenvolvimento, enquanto valores associados ao lazer. Caberia ao roteiro, em sua programação de atividades que favorecem a realização do valor do desenvolvimento, de acordo com o autor acima.

O autor aponta o descanso, como forma de recuperação das energias físicas e mentais; o divertimento, como forma de afastar o tédio e quebrar a rotina; e o desenvolvimento, voltado para o processo de evolução do conhecimento ou habilidades individuais e coletivas.

Outra situação importante na afirmação é a busca por “ar puro”, o que remeteria à fuga e escapismo da cidade e seus problemas urbanos como a poluição. Neste sentido, Brunhs (2009) chama a atenção para os elementos dialéticos envolvidos na experiência do lazer modernos, com o a liberdade, escolha, escape, satisfação e prazer, em que explorados pela indústria, são transformados em produtos de fuga e realização como parte de estratégias que levam os indivíduos a acreditarem que precisam de uma recompensa ao que vivem. A possibilidade de escolha das atividades e o caráter desinteressado de sua prática são características básicas do lazer. No entanto, o que se observa, muitas vezes, são práticas compulsivas, ditadas por modismos, ou denotadas de *status* (Marcellino, 2012).

b) *“Para confraternizar com familiares e amigos”* – Nesta afirmativa fica evidente o interesse social do lazer. Comumente, os indivíduos buscam por áreas ao ar livre, restaurantes e bares para confraternizar entre amigos e familiares. Em São Roque, observa-se que além dos espaços promoverem a convivência e comensalidade, há ainda presença da comida e do vinho como importantes elementos de sociabilidade. Escohotado (1996) discute que a existência do álcool é bastante antiga na sociedade e se faz presente quase que na maioria das festas e encontros sociais, uma vez que lhe é atribuído forte caráter socializante, devido à possibilidade de diminuir a timidez dos indivíduos mais introvertidos.

Dessa forma, a bebida está atrelada ao conteúdo cultural dos interesses sociais do lazer, uma vez que está presente em momentos de convívio social no tempo livre. No Roteiro do Vinho de São Roque, se torna ainda mais relevante, uma vez que o principal produto de atratividade ao roteiro é o vinho.

c) *“Visitas guiadas a vinícolas e visitas a restaurantes”* – A relação entre o enoturismo e o lazer se faz presente nas visitas em São Roque, pois como afirma Camargo (1986), as atividades de interesse turístico são representadas pelos passeios e viagens que colocam o indivíduo em contato com novas situações, paisagens e culturas. Neste sentido, acredita-se que em São Roque, ainda que a maioria das pessoas não pernoite, existe a busca deste contato com o diferente e a quebra da rotina da grande cidade ou arredores.

A discussão sobre as visitas guiadas é proposta por Hall et al (2004), que aponta o enoturismo como uma subcategoria do turismo gastronômico, que engloba elementos como a visita a vinhedos e vinícolas, festivais de vinho e degustação como principais elementos de atração para os turistas, bem como a produção de sua cultura e paisagem. Para Hall e Macionis (1998), o enoturismo é uma forma de turismo de interesse específico em que as viagens são motivadas pelo destino, pela atividade (a degustação de



vinhos), ou ambos. O conceito dos autores não aborda a questão do tempo das viagens, aceitando como enoturistas tanto os visitantes que permanecem mais de 24 horas no destino ou aqueles que vão apenas um “bate e volta”, como mencionado anteriormente em relação ao gráfico 4.

Outra questão conceitual discutida anteriormente no artigo, sobre o gênero conhecer já discutido por Dumazedier (1980b), aparece com as respostas das entrevistas dos visitantes do Roteiro do Vinho nas visitas guiadas, uma vez que estas programações promovem o conhecimento sobre o vinho, para além de sua degustação ou compras. O visitante é colocado em uma situação de ouvinte, em um formato de minicurso, com explicações dos processos de fabricação do vinho, desde a plantação e colheita, até o seu consumo.

Nesta experiência o enólogo que conduz a atividade desde o parreiral até a mesa em que são colocadas as taças e garrafas, assume seu papel enquanto animador cultural (Marcellino, 2012) na vivência do lazer, procurando estimular e orientar adequadamente as pessoas, de modo que estas possam explorar ao máximo as possibilidades vinculadas à atividade. Essa experiência educativa proporcionará com que os participantes possam entender melhor as questões vinculadas a enologia, estimulando suas habilidades, sensibilidades e apreciação relacionadas ao tema. Relação direta na formação do bom conhecedor do vinho e das suas relações com as demais questões do cotidiano, como por exemplo, a gastronomia.

Por último, mas não menos importante, nesta afirmativa dos visitantes os restaurantes aparecem como outro espaço que caracteriza o lazer enogastronômico local. Segundo Schlüter (2003) a gastronomia faz parte da nova demanda por parte dos atrativos culturais, mas nem sempre é o principal motivador de deslocamento. Assim, geralmente, se recorre à criação de rotas temáticas e culturais que permitem integrar em um único produto os elementos que isoladamente não despertariam interesse suficiente. Com a união desses elementos, agrega-se maior valor simbólico e



incrementa seus benefícios econômicos e sociais. Tal situação pode ser encontrada em São Roque, que criou uma rota integrando as diferentes vinícolas, adegas, restaurantes e centros de lazer, possibilitando assim o fortalecimento de uma rede entre os diferentes empreendedores locais.

A gerência da Alcachofra Bonsucesso afirma que só com a criação do roteiro é que todos ganharam mais força para aparecer, pois foi com essa iniciativa que o espaço começou a ser mais procurada por pessoas, escolas, universidades e interessados na sua gastronomia do local.

d) *“Passeio de bicicleta com amigos”* – Nesta afirmativa, a atividade física relacionada ao passeio de bicicleta, pode revelar a relação com pelo menos mais dois interesses culturais, para além do físico-esportivo, uma vez que ela tem como predominância o movimento corporal humano. Porém a utilização da bicicleta pode também motivar o interesse não pelo movimento, mas pela busca de novas paisagens e culturas, característica própria do conteúdo turístico, envolvendo o passeio entre os pontos do Roteiro do Vinho (todos os entrevistados estavam em um dos espaços do roteiro). Outra possibilidade, neste sentido, tem relação com o interesse social, por envolver as relações sociais com os amigos. Mas é importante que fique claro que o ciclismo é uma atividade físico-esportiva, de acordo com a classificação de Dumazedier (1980a), podendo ser desenvolvida a partir de outros interesses, de acordo com a decisão pessoal de cada indivíduo.

Tal situação mostra que os gestores não devem tomar a classificação de forma tão rígida, porque os interesses humanos não se encontram estaticamente divididos tal qual a classificação apontada. A mesma, no entanto, é dividida em diferentes categorias para facilitar o planejamento em suas especificidades. Assim, quanto mais conteúdos um espaço ou atividade abrigar, mais rica e interessante será a experiência de quem a vivência.

e) *“Participação em eventos e jantares temáticos”* – Aqui a gastronomia novamente aparece como fator de motivação com os jantares temáticos. A



maioria dos eventos apresentados na Tabela 2 está relacionada com o vinho, com a comida típica local (alcachofra, culinária italiana e portuguesa) e com outras manifestações culturais como música e dança. A maioria das respostas dadas dizem estar na localidade com o objetivo de participar do Jantar do Vinho dos Mortos da Quinta do Olivardo, evento realizado no terceiro sábado do mês com pratos da culinária portuguesa e música ao vivo.

Os participantes desta atividade lúdica podem enterrar uma garrafa de vinho preenchendo uma ficha informando o lote e a data do ocorrido. Seis meses depois são avisados sobre a data do próximo jantar do vinho dos mortos e retornam para desenterrar sua garrafa. Essa experiência, oferecida no local, se apresenta como uma imersão na cultura portuguesa, pois a prática surgiu em Portugal, em 1807, quando o país, invadido pelas tropas de Napoleão Bonaparte, levou os portugueses a enterrarem seus bens, incluindo garrafas de vinho. Com a saída dos soldados franceses, os lusitanos recuperaram suas posses e desenterraram os vinhos, descobrindo novas propriedades organolépticas do produto, além de um novo método de armazenamento (Salvado, 2017).

Em resumo, percebe-se que o Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia de São Roque, possui alguns elementos que evidenciam relações entre o lazer, o turismo e a participação sociocultural (Figura 1). Tais elementos estão apresentados no esquema a seguir e compreendem o universo do roteiro. Entre eles: a paisagem, por contrastar com o cenário urbano do cotidiano dos visitantes; na mesma linha, a busca por relaxamento e descanso; a oferta de atividades como: degustação de vinhos, eventos e entretenimento, lazer e recreação, gastronomia e enologia, através de eventos, cursos e *workshops* direcionados àqueles que buscam conhecimento técnico da bebida.





Figura 1 – Elementos que caracterizam a relação entre o lazer, o turismo e a participação sociocultural.

Diante desses elementos, ficou evidente que as novas gerações que gerenciam os equipamentos do roteiro, já apresentam mais preocupação a respeito do lazer e do turismo que seus antepassados, ampliando assim as possibilidades do destino e experiências oferecidas.

O diretor comercial da Vinícola Góes frisou a preocupação em oferecer vivências inesquecíveis e encantadoras, bem como com a capacitação e formação profissional para isso, inclusive, oferecendo *workshops* internos como “O jeito Disney de encantar as pessoas” com palestrantes da própria Disney, para inserir os princípios desta gigante do entretenimento nos processos e profissionais da vinícola.

Na Vinícola VX de Novembro, apesar do interesse de manter as tradições, também planejam modernizar, expandir e promover novas ideias que serão colocadas em prática em longo prazo. Uma delas é o investimento em hospitalidade, inspirado em propriedades do Sul do país e internacionais. Ele acredita que a experiência completa de enogastronomia, perpassa pela comida, hospedagem, produção do vinho e degustação, tudo isso, aliado ao conceito de cultura.

O proprietário da Vinícola Casa da Árvore abordou questões ligadas à sustentabilidade. Disse que já trabalham considerando os princípios da sustentabilidade e pretendem continuar focando na preservação dos recursos locais, compostagem, responsabilidade social e manutenção dos espaços. Também afirmou que em longo prazo, pretende fazer com que a experiência gastronômica seja ainda mais programada e exclusiva, a fim de atender pessoas que busquem por uma vivência enogastronômica mais completa e não apenas comer e beber.

Já o proprietário da Vinhos Bella Quinta destacou que “os tempos mudarão muito e precisamos de pessoas capacitadas e com ideias inovadoras para que possamos continuar atendendo com qualidade e excelência”. Para ele, a tradição é importante, porém é preciso escutar pessoas mais novas, com ideias que proporcionem a qualidade do produto enoturístico o enriquecimento da atividade para todos.

Dessa forma, percebe-se que existe um alinhamento entre as diferentes ideias e gestores do roteiro, contribuindo para um resultado positivo.

CONCLUSÃO

O objetivo principal deste trabalho era caracterizar o lazer enogastronômico de São Roque, uma vez que se observou uma potencialidade de espaço cultural para atividades de lazer ligadas ao vinho e a gastronomia.

Entende-se que o lazer é, sobretudo, um fenômeno cultural vivenciado por meio da prática, conhecimento ou da fruição de atividades lúdicas, recreativas, em diferentes âmbitos, como atividades relacionadas aos diferentes interesses do lazer que tenham um caráter desinteressado, nos quais se busque, apenas, a satisfação provocada pela situação vivida. (Marcellino, 2012).

Nesse sentido, as entrevistas realizadas com empresários, evidenciou uma nova geração dos gestores mais concentrados em políticas voltadas



para o enoturismo e possibilidades de lazer e vivências significativas. A maioria dos proprietários e administradores abordou conceitos como o “pensamento holístico” dos seus negócios, o foco na “ludicidade” das atividades alcançando públicos diversificados, “experiências memoráveis” e “programações educativas”. Tais conceitos estão atrelados às atividades, mas poderão ser enriquecidas com o auxílio de políticas públicas e privadas direcionadas ao lazer. Assim, é importante que o poder municipal esteja presente nas ações de modo a potencializar as ações realizadas por empresários e pela população local.

Outro ponto de destaque na fala dos empresários é o vínculo de identidade cultural com o negócio de família, algo que acreditam agregar valor ao empreendimento, uma vez que a história e tradição faz parte do produto que querem oferecer.

As entrevistas com visitantes destacaram alguns elementos que caracterizam o lazer enogastronômico de São Roque, com destaque para:

- O conteúdo social do lazer e os 3 D's de Dumazedier.
- O Interesse social e turístico do lazer em suas relações com o enoturismo;
- O enólogo enquanto animador cultural;
- A promoção do lazer gastronômico por meio de eventos e degustações temáticas;
- O potencial para o desenvolvimento do conteúdo físico-esportivos.

Dessa forma, fica claro que o Roteiro do Vinho, Lazer e Gastronomia, bem como os eventos promovidos nas vinícolas locais, são centrados nas atividades enogastronômicas, de caráter eminentemente de lazer. Observou-se ainda que a proximidade ao grande centro urbano, São Paulo, é um fator importante para o desenvolvimento do roteiro, com demanda expressiva em busca de uma “fuga do cotidiano” no final de semana



através de espaços de lazer, gastronomia, vinhos e cultura no tempo disponível de suas obrigações.

Sobre as atividades de lazer, vinhos e gastronomia, realizadas por meio de ações espontâneas e/ou estimuladas/animadas dos locais visitados percebeu-se a grande preocupação dos gestores em oferecer oportunidades de vivência para todas as idades, como por exemplo, oferecendo playgrounds, atividades de aventura, participação nos eventos com degustação, colheita e pisa de uvas.

Contudo, percebe-se que o Roteiro do Vinho, enquanto organização da sociedade civil funciona ainda com fraco apoio das políticas públicas direcionadas ao lazer. Existe uma consciência mais visível direcionada ao turismo, no entanto, o roteiro oferece um potencial de oportunidade de lazer e desenvolvimento que é pouco explorado, ou reduzido a playgrounds nos complexos gastronômicos. Isso, talvez se explique pela pouca presença de profissionais do lazer atuando na gestão dos espaços.

O lazer, enquanto fenômeno cultural está presente em diversas situações que podem ser consideradas ricas do ponto de vista de diversidade de conteúdos, contudo, observa-se que estas oportunidades poderiam ser mais bem estruturadas, com a presença de profissionais do lazer e turismo, a partir de políticas públicas e privadas planejadas a partir das especificidades que requer a área. Se a tradição familiar é importante, o planejamento adequado, a partir de ações conjuntas com o poder municipal, bem como com a sociedade civil local é fundamental.

Dessa forma, o Roteiro do Vinho de São Roque, torna-se um importante programa de desenvolvimento do lazer e do turismo, com ricas opções de vivências próximo da capital paulista, inclusive, como um campo de oportunidades de estudos futuros seja de comparação com outros destinos do Brasil e América Latina, bem como um estudo mais aprofundado do perfil dos visitantes ou ainda dedicado a explorar as políticas públicas e propostas para o roteiro.



Por fim, não se pode deixar de pensar que o presente estudo poderá ser complementado sobre os impactos da pandemia do novo coronavírus, que não só afetaram diretamente os negócios devido o decreto de fechamento de comércios no mês de março de 2020, como também a convivência social devido ao isolamento recomendado pelas autoridades da saúde, impedindo assim, diversas atividades de lazer, turismo e cultura.

REFERÊNCIAS

- Barreto, R. L. & Senra, A. V. (2001). A Gastronomia e o Turismo. In: ANSARAH, M. G. Turismo: Como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC.
- Bruhns, H. T. (2009). A Crise do Lazer Moderno e Concepções de Corpo. *Licere*, Belo Horizonte, v.12, n.4, dez.
- Bruyne, P., Herman, J., & Schoutheete, M. (1991). A dinâmica da pesquisa em ciências sociais. 5ª edição ed, Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Camargo, L. O. L. (2017). O que é Lazer. 1ª. ed., eBook, São Paulo: Brasiliense.
- Campos, J. G. C. (2006). A Gastronomia como conteúdo cultural do Lazer. In: 18º ENAREL, Curitiba.
- Clemente, A. C. F.; Stoppa, E. A. (2020). Lazer Doméstico em Tempos de Pandemia da Covid-19. *LICERE - Revista Do Programa De Pós-graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer*, 23(3), 460–484. <https://doi.org/10.35699/2447-6218>.
- Debenetti, V.E.S. (2008). Passeio de Trem Maria-Fumaça: Um Exemplo de Turismo Cultural e de Lazer. Estudo Das Percepções Dos Turistas. *CULTUR – Revista de Cultura e Turismo – Ano 02 – n. 01 – jan*.
- Dumazedier, J. (1980a). Valores e conteúdos culturais do lazer. São Paulo: SESC.
- Dumazedier, J. (1980b) Planejamento do lazer no Brasil: a teoria sociológica da decisão. São Paulo, SESC.



Escohotado, A. (1996). La historia Elemental de lãs drogas. Barcelona: Anagrana.

Fagliari, G. S. (2005). Turismo e Alimentação: Análises introdutórias. Ed. Roca, São Paulo.

Farias, A.P.P & Guizi, A.A. (2015). Turismo, cultura e serviços: A competitividade em serviços de turismo em cidade próxima de uma capital – Estudo de caso em São Roque (SP). CAD. Est. Pes. Tur. Curitiba, v.4, nº 5, p.66-85, jul/dez.

Fischler, C. (2012). Commensalitiê. In: Poulin, J. P. (Org.). Dictionnaire des Cultures alimentaires. 1ªed.Paris: PUF/ Quadridge, v., p. 147-151.

Hall, C. M. & Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. In: Butler, R. ; Hall, C. M. ; Jenkins, J. Tourism and recreation in rural areas. New York: John Wiley & Sons.

Hall, C. M, Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (2004). Wine tourism around the world: development, management and markets. Oxford: Elsevier.

Heck, M. C. (2004). Comer como atividade de Lazer. Estudos Filosóficos: Rio de Janeiro, n. 33, janeiro-junho de 2004, pp. 136•146.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020). Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente. Recuperado em 18/10/2020 de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-roque/panorama>

Lavandoski, J; Tonini, H.; Barreto, M. (2012). Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 6(2), pp. 216-232, mai./ago.

Macedo, C. C. (1988). Algumas observações sobre a cultura do povo. In: Valle, E. e Queiroz, J. (Org.) A cultura do povo. 4ªed., São Paulo, Cortez, p. 34-39.



Marcellino, N. C. (2012). Estudos do Lazer: uma introdução. 5. ed. revista, Campinas: Autores Associados.

Mayor, S. T. S.; Isayama, H. T. (2017). O lazer do brasileiro: sexo, estado civil e escolaridade. In: Stoppa E. A.; Isayama H. T. (Org.). O lazer no Brasil – representações e concretizações das vivências cotidianas. Campinas: Autores Associados, p. 19 – 36.

Padilha, V. (Org.). (2006). Dialética do Lazer. São Paulo: Cortez.

Poulain, J. P. (2013). Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: Ed. UFSC; 2013. 285 p.

Roteiro Do Vinho. (2020). São Roque. Recuperado em 30 de julho de 2020 em www.roteirodovinho.com.br/sao-roque

Salvado, J. (2017). Boticas e o “Vinho dos Mortos”: reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 11(2), pp. 294-319, maio/ago.

Santos, B. P. G e Gimenes-Minasse, M. H. (2019). Da Festa do Vinho à Expo São Roque: a trajetória dos eventos gastronômicos de São Roque (SP). Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, Volume 9, Número 2, dez. p. 68-86.

Severino, A. J. (2018) Metodologia do trabalho científico. 21ª e. São Paulo: Cortez.

Silva, F. F. A. (2016). Enoturistas no Chile: segmentação e comportamento. Revista Turismo em Análise, São Paulo, v.27, n.3, p. 474-499, dezembro.

Sindicato da Indústria do Vinho de São Roque. (2020). Quem somos. Recuperado em 30 de julho de <http://www.fiesp.com.br/sindusvinho/sobre-o-sindusvinho/quem-somos>

Schulter, R. G. (2003). Gastronomia e Turismo. São Paulo: Aleph.

Thiollent, M. (2000). Metodologia da pesquisa ação. 10. ed. São Paulo: Cortez Editora.



Triviños, A. N. S. (2013). Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. 1ª ed. 22. reimpr. São Paulo: Atlas.

Valduga, V. (2009). Território, patrimônio e turismo: o vinho em Bento Gonçalves/RS. VI ANPTUR - Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP.

Valduga, V. (2011). Raízes do Turismo no Território do Vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi – 1870 A 1960 (RS/Brasil). Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre, 2011.

Urry, J. (2001). O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC.

Uvinha, R. R. (2007). Turismo e Lazer: Interesses Turísticos. In: Marcellino, N. C. Lazer e Cultura. Campinas, SP: Alínea.

Zanelli, J. C. (2002). Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. Estudos de Psicologia, v. 7, pp. 79 - 88.

