

Formação superior e desenvolvimento do enoturismo no Brasil

DOI: 10.2436/20.8070.01.228

Hernanda Tonini

Dra. em Desenvolvimento Rural (UFRGS), Brasil.

Docente IFRS Campus Bento Gonçalves, Brasil.

E-mail: hernanda.tonini@bento.ifrs.edu.br

Joice Lavandoski

Dra. em Turismo (Universidade do Algarve), Portugal.

Docente UNIRIO e docente colaboradora da UFF, Brasil.

E-mail: joice.lavandoski@unirio.br

Odila Bondam Carlotto

Mestre em Educação (UCS), Brasil.

Pedagoga IFRS Campus Bento Gonçalves, Brasil.

E-mail: odila.carlotto@bento.ifrs.edu.br

Bianca de Avila Martins

Graduanda de Tecnologia em Viticultura e Enologia, Brasil.

E-mail: martins.avila.bibi@gmail.com

Resumo

Para o desenvolvimento do enoturismo é fundamental a atuação de pessoas qualificadas, com conhecimentos voltados ao *marketing*, à comercialização, à hospitalidade e bem receber, dentre outros. Inexiste formação superior específica em enoturismo no Brasil e essa prestação de serviço turístico nas vinícolas, muitas vezes, é desempenhada por enólogos ou outros profissionais da indústria vinícola. A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar a contribuição dos cursos superiores de Viticultura e Enologia do país no desenvolvimento do enoturismo no Brasil, verificando a percepção dos coordenadores dos cursos, os respectivos projetos pedagógicos – PPC's, o perfil dos egressos e as atividades profissionais realizadas por eles. Por meio de questionário *on-line* e pesquisa documental, foram analisados cinco dos seis cursos de Viticultura e Enologia existentes no Brasil, e uma amostra de 125 egressos, concluintes até 2018. Os questionários foram tabulados usando o *software* Excel e analisados por meio de estatística descritiva. De acordo com a amostra, 55% dos egressos são do sexo feminino,

a maioria dos participantes possui entre 19 e 29 anos (52%) e exercem suas atividades profissionais principalmente no Rio Grande do Sul. Dentre as principais atividades profissionais realizadas pelos egressos estão a elaboração e análise de vinhos, recepção e atendimento aos turistas, guiamento em visitas, varejo e comercialização. Tanto os egressos quanto os coordenadores consideraram importante aprender sobre enoturismo, embora as diretrizes dos PPC's, por vezes, não contemplem o conteúdo de forma obrigatória. Os resultados do estudo contribuem para reforçar a importância dessa área de formação, além de discutir conteúdos relevantes e atualizados em relação às diretrizes dos PPC's, qualificando a participação dos egressos no desenvolvimento do arranjo produtivo local Uva e Vinho. Isso implica diretamente na melhoria da área, no que tange à educação superior, e que tem sido pouco abordada, considerando-se o crescente desenvolvimento do setor vitivinícola e turístico no país.

Palavras-chave: Enoturismo. Formação superior. Viticultura. Enologia. Desenvolvimento Regional.

1 INTRODUÇÃO

Os portugueses introduziram o cultivo da videira quando chegaram no Brasil, há mais de 500 anos. No entanto, apenas a partir de 1875, com a vinda dos imigrantes italianos, a vitivinicultura passou a se desenvolver cultural e economicamente, tendo a Serra Gaúcha como destaque inicial e, ainda hoje, principal.

Um dos principais aspectos para o desenvolvimento da vitivinicultura no país foi a criação da Escola de Viticultura e Enologia de Bento Gonçalves, em 1959 (IFRS, 2018), o que oportunizou aos produtores de uva ampliar seus conhecimentos em relação ao cultivo e à elaboração de vinhos. A partir da década de 1980, com as dificuldades enfrentadas pelas cooperativas e a existência de capacitação técnica, muitos abriram a própria vinícola, com administração familiar, melhorando a qualidade de seus vinhos mediante novas formas de cultivo e variedades diversas – com aumento das uvas viníferas. A importância da vitivinicultura no Rio Grande do Sul se dá, sobretudo, em função da relevância história da uva e do vinho e da expressão, em termos de quantidade de área cultivada com vinhedos e volume de produção de vinho e seus derivados. Em 2018, por exemplo, o país produziu um pouco mais de 305 milhões de litros de vinhos, sendo em torno de 257 milhões de litros no Estado do Rio Grande do Sul (VINHOS DO BRASIL, 2021). Assim, o Estado consolida-se cada vez mais como o maior produtor de vinhos no país.

Além da Serra Gaúcha, a viticultura se expandiu para outras regiões do país, como Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Goiás, Mato Grosso, Bahia, Pernambuco, Ceará, Maranhão, a partir de conhecimentos levados por egressos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS *Campus* Bento Gonçalves (IFRS, 2018). Tal processo de migração se deu até a formação das demais instituições, reforçando a importância desses profissionais no desenvolvimento da vitivinicultura nas diferentes regiões do Brasil.

No panorama mundial, referente ao ano de 2018, o país ocupou a 22ª posição no *ranking* de área com vinhedos (82 mil hectares), a 15ª posição na produção de uvas (1,6 milhão de toneladas) e o 15º lugar na produção de vinhos (3,1 milhões de hectolitros) (OIV, 2019). No cenário da América do Sul, o Brasil é o terceiro maior produtor de uvas e de vinhos, ficando atrás da Argentina e do Chile (OIV, 2019).

A produção agrícola em propriedade familiar, a paisagem formada pela associação do trabalho humano com a natureza, a biodiversidade, a cultura local e suas particularidades, entre outros fatores, são responsáveis por fazer um número cada vez maior de pessoas se deslocarem do ambiente urbano para o rural. As atividades relacionadas com o turismo em áreas rurais beneficiam as famílias através do complemento da renda e favorecem a valorização do território rural, modificando conceitos relacionados a esse espaço por meio de novos valores que refletem a realidade que caracteriza o campo.

Dentre as possibilidades de turismo em áreas rurais encontra-se o enoturismo, tipologia caracterizada pela associação da vitivinicultura ao turismo. Nas últimas décadas, as vinícolas vêm percebendo a importância de receber visitantes na própria empresa, favorecendo a comercialização e divulgação dos seus vinhos. Devido ao crescimento da demanda da atividade enoturística no mundo, um número cada vez maior de profissionais tem se envolvido com o turismo, fazendo das vinícolas um atrativo turístico da cidade ou região. E, para atender a essa questão, são necessários recursos humanos com formação e conhecimentos ligados não apenas ao atendimento ao turista e/ou visitante nas vinícolas, mas também, às áreas de administração, promoção e divulgação, tecnologia e turismo, entre outras.

A implantação da Escola de Viticultura e Enologia foi fundamental para o desenvolvimento da vitivinicultura na região e no país. Com o decorrer dos anos passou por mudanças na nomenclatura, sendo chamado de Colégio de Viticultura e Enologia, Escola Agrotécnica Juscelino Kubitschek, Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), até chegar aos dias de hoje como Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS. Os cursos de Viticultura e Enologia da Instituição ainda possuem papel de destaque para o setor, sendo responsáveis pela formação de profissionais qualificados para atender a demanda da indústria vinícola, que vem se expandindo pelo país.

Atualmente, existem seis instituições de ensino com formação de nível superior no Brasil que dispõem de cursos no âmbito da viticultura e da enologia e estão localizadas nas regiões sul, sudeste e nordeste do país. Todas as instituições são públicas federais, sendo cinco delas enquadradas como Instituto Federal, com cursos tecnológicos, e apenas uma é Universidade, com curso de bacharelado. Em relação à localização, a Figura 1 apresenta a vinculação da oferta dos cursos aos polos tradicionais de produção vitivinícola no país, que são: quatro instituições estão na região sul, onde três localizam-se no estado do Rio Grande do Sul (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS, Universidade Federal do Pampa – Unipampa e Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-riograndense – IFSUL), e uma no estado de Santa Catarina (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – IFSC); uma instituição está localizada na região sudeste (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – IFSP); e uma na região nordeste (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano – IFSertão).

Figura 1: localização das Instituições de Ensino Superior (Brasil)

Fonte: elaboração a partir de QGis (versão 3.8 Zanzibar) utilizando Nereus (2021).

O setor vitivinícola no mundo e no Brasil está em crescimento, tendo um aumento de aproximadamente 20% na produção de vinhos mundiais desde o ano 2000 (OIV, 2019). Em paralelo, cresce a necessidade de profissionais para atuar em diversas áreas, como a do Enoturismo, que vem contribuindo para a economia rural e regional através de empregos, favorecendo a comercialização e sendo responsável por um número significativo de pessoas que visitam as regiões enoturísticas, a exemplo Bento Gonçalves, que se destaca cada vez mais no panorama nacional e internacional. O município de Bento Gonçalves é um dos 65 destinos indutores no país que, em 2019, recebeu cerca de 1,6 milhão de pessoas nos roteiros turísticos, sendo um deles o principal destino enoturístico do país: o Vale dos Vinhedos (CIC- BG, 2019). Esses são alguns dos dados que demonstram o potencial que a atividade turística possui na região, cujo foco é o Enoturismo, apoiado por outros atrativos que surgem a cada ano.

Com a transformação dos postos de trabalho no setor vinícola e a diversificação das atividades para outras áreas de conhecimento, o profissional da área reconhece a necessidade de compreender aspectos a ele inerentes. Nessa direção, destaca-se o atendimento ao público e recepção de turistas, desenvolvimento de atividades turísticas e *souvenires*, promoção e divulgação, sinalização, entre outros.

O presente artigo tem como objetivo geral analisar a contribuição dos cursos superiores de Viticultura e Enologia no desenvolvimento do enoturismo no Brasil, verificando a percepção dos coordenadores dos cursos, os respectivos projetos pedagógicos dos cursos – PPC's, o perfil dos egressos e as atividades realizadas por

eles. Os objetivos específicos são: (a) identificar a percepção dos coordenadores dos cursos de Viticultura e Enologia no país, em relação à formação e seu vínculo com a atividade enoturística; (b) analisar os PPC's de Viticultura e Enologia no país e a formação para atuação no enoturismo; (c) identificar o perfil dos egressos dos cursos de Viticultura e Enologia do país; e (d) verificar as atividades profissionais realizadas pelos egressos relacionadas ao enoturismo.

A metodologia utilizada é exploratório-descritiva, com levantamento documental e aplicação de questionários *on-line* de caráter quali-quantitativos. Tal pesquisa justifica-se devido à consolidação do enoturismo nas principais regiões produtoras do país, bem como a ampliação da oferta de cursos de Viticultura e Enologia, com perspectiva de expansão para outras regiões brasileiras. Dessa forma, é necessário compreender variáveis relacionadas à absorção dos egressos pelo mercado de trabalho, em paralelo à identificação dos conhecimentos exigidos para atuação com o turismo pelos profissionais de viticultura e enologia e as características da oferta formativa associada ao enoturismo. Os resultados encontrados implicam diretamente na melhoria das áreas associadas à uva, ao vinho e sua relação com o turismo – ou seja, à viticultura, à enologia e ao enoturismo. Esses resultados se aplicam ao nível da educação superior, os quais atendem ao mercado vitivinícola e turístico nacional e internacional.

Para dar conta das questões aqui abordadas faz-se a revisão da literatura sobre enoturismo, desenvolvimento regional e competências profissionais, com intuito de realizar aproximações desses temas à realidade da atuação dos enólogos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Enoturismo e desenvolvimento regional

Os novos interesses pela área rural foram caracterizados por Graziano da Silva (2002) como “o novo rural”, visto à procura destas regiões para moradia – por parte de pessoas que residiam nos centros urbanos – e também, para o lazer e entretenimento, por meio da realização de atividades turísticas na sua própria localidade. Essa configuração mais recente no Brasil viabiliza aos produtores rurais outras formas de geração de renda, agora também provenientes da prestação de serviços e não apenas da produção agropecuária. Tonini (2013, p. 222) reforça a importância do uso das áreas rurais para o turismo

pelas suas particularidades, a área rural possui um grande potencial turístico, baseado principalmente no patrimônio cultural e natural. Além de oportunizar melhoria na renda do produtor rural, o Turismo promove a melhoria da qualidade de vida, reduz o êxodo rural, valoriza o potencial turístico e agrícola e estimula a preservação do meio rural e da cultura regional (TONINI, 2013, p.222).

Para pequenos produtores, a chamada agricultura familiar, a realização de atividades no intuito de gerar novos rendimentos – que podem ocorrer tanto na propriedade como externamente – é caracterizada como pluriatividade (ANJOS, 2003; KAGEYAMA, 2001; SCHNEIDER, 2005). Atividades que aproveitam a estrutura da propriedade como o turismo rural, a agroindústria e o artesanato são algumas das possibilidades, ainda que esse processo seja resultante da reestruturação do modelo de

produção capitalista (ANJOS, 2003).

Através da pluriatividade, o peso das atividades agrícolas no trabalho e na renda das famílias passa a dar espaço a outros empregos e fontes de renda diversificadas. Schneider (2005) e Graziano da Silva e Del Grossi (1998) reforçam que as tarefas realizadas pelas pessoas da família podem ocorrer dentro ou fora da propriedade rural, associando sempre à pluriatividade como um conceito ligado à agricultura familiar e suas pessoas, não apenas à propriedade em si. Dessa forma, os indivíduos podem buscar o incremento de renda por meio de trabalhos sem relação com a propriedade, ou ainda, incorporando outras atividades no espaço de produção, entre elas o recebimento de visitantes para conhecer o local e participar de atrações culturais e/ou de entretenimento, por exemplo.

Dentre as atividades turísticas que podem ser desenvolvidas nas áreas rurais, destacam-se a hospedagem, a alimentação, a recreação através de práticas ligadas ao espaço rural, bem como a recepção e visitação às propriedades rurais. Esse último aspecto abre possibilidades para uma outra tipologia turística que, dentre outras atrações, envolve conhecer o processo de elaboração de vinhos em regiões vitivinícolas: o enoturismo, cuja atividade promove experiências no meio rural (através da colheita da uva, atividades festivas de vindima etc.), além de estar associado ao turismo cultural, gastronômico, agroturismo e turismo sustentável.

É preciso compreender o enoturismo para além de ser uma forma de promover a comercialização de vinhos diretamente ao consumidor e de divulgação dos produtos. Para Dubrule (2007), o enoturismo pode ser traduzido como “a arte de viver”, pois é uma atividade repleta de prazeres, capaz de integrar o vinho a diversos outros produtos e serviços, favorecidos pelo entorno com belas paisagens. Ampliando o conceito, Beames (2003) afirma que o enoturismo não é apenas o incremento das vendas no varejo; o autor refere-se a toda experiência proporcionada ao turista, cercada pelo vinho e pela gastronomia, tais como: reconhecer diferentes aromas e sabores no vinho, conhecer e degustar novos e outros produtos locais, visitar atrações locais, realizar esportes e outras atividades de lazer, encontrar pessoas da comunidade e se envolver com a atmosfera rural (BEAMES, 2003, p. 209).

No que tange à sua operacionalização, Hall e Macionis (1998) afirmam que o enoturismo é aquele em que os amantes ou interessados pelo vinho realizam visitação aos vinhedos, às cantinas e vinícolas, participam em festivais vinícolas e exposições, entre outras atividades em que se tem o vinho como aspecto central. Embora seja o elemento motivador, não são apenas os apreciadores de vinhos que têm realizado turismo em regiões vitivinícolas, pois, além da bebida, a paisagem por si só gera interesses até mesmo àqueles que não têm o hábito de consumir a bebida. Nessa direção, há estudos que evidenciam a relevância da paisagem vitivinícola na motivação de turistas na região sul do Brasil (TONINI, LAVANDOSKI, 2011; COSTA, 2010).

Lignon-Darmaillac (2009) defende a ideia de que o enoturismo é um “turismo de *terroir*”, pois a atividade turística está diretamente associada a cada região produtora, ou seja, ligada ao território e suas características: seus elementos identitários como as paisagens culturais, o *savoir-faire*, a história, suas pessoas e seus produtos. É através dessa ligação que a atividade turística proporciona incremento de renda mediante a utilização da propriedade rural para prestação de serviços e não apenas para produção de matéria-prima. O turismo é uma das principais atividades não agrícolas identificadas no estudo de Escher et al. (2014), com base no Censo Agropecuário de 2006.

O enoturismo contribui de forma saudável para a economia rural, promovendo a economia local e regional através da geração de emprego e proteção das identidades

culturais (TASSIOPOULOS, HAYDAM, 2006). Jesús-Contreras, Thomé-Ortiz e Medina (2020) identificam novas dinâmicas territoriais, sociais e econômicas nos espaços rurais por meio do enoturismo, por exemplo, a capacidade de inovação territorial dos atores locais para promover os recursos endógenos como capital turístico. Byrd et al. (2016) salientam a capacidade do enoturismo em promover uma base de receita sustentável para pequenas e médias vinícolas. Em síntese, pode-se destacar a potencial contribuição do enoturismo para o aumento de mercado e venda para as vinícolas; trabalho e renda para os residentes locais através das atividades de serviço como restaurantes, hospedagem, comércio em geral; além de receitas tributárias governamentais associadas aos empreendimentos rurais e demais atores locais da região.

Em virtude do potencial dinamizador e impulsionador dos aspectos socioeconômicos de uma região, pode-se perceber a capacidade do enoturismo em contribuir com o desenvolvimento das localidades. Como ocorreu na Europa, a noção de desenvolvimento está cada vez mais associada às características endógenas presentes em uma região, fazendo com que produtos típicos do local se tornem importantes recursos em prol do desenvolvimento (PLOEG et al., 2000). É o caso do vinho (muito associado à concepção de *terroir*), que possui a capacidade de impulsionar as perspectivas de desenvolvimento nas áreas rurais e no entorno delas.

A literatura consultada demonstra a importância do enoturismo para o contexto atual do setor vitivinícola nacional e internacional, destacando-o como um novo segmento de atuação das vinícolas na área do turismo, através do enoturismo. Assim, questões como o ensino e o mercado de trabalho envolvido no enoturismo se mostram relevantes no contexto brasileiro que, por sua vez, abrange regiões produtoras de vinho consolidadas e outras em expansão.

2.2 Competências profissionais

Nas mais diversas áreas de atuação profissional existem competências específicas que diferenciam os resultados do trabalho, tanto enquanto criação e desenvolvimento de produtos quanto na execução de serviços. Habilidades inerentes a cada profissão estão relacionadas às características de tarefas associadas e ao envolvimento de máquinas e pessoas. Assim, o conhecimento se torna um dos alicerces em busca do desenvolvimento humano e das organizações, visto que os recursos de capital não são os únicos fatores de sucesso das empresas (CARBONE; BRANDÃO; LEITE, 2009).

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, a competência vai além do conhecimento e das habilidades do indivíduo, devendo alcançar a capacidade de responder a demandas complexas a partir da mobilização de recursos psicossociais em um contexto específico (OCDE, 2013). Em um primeiro momento, o conceito de competências possuía ligação apenas com a existência do conhecimento técnico. Nas últimas décadas, esse conhecimento passou a estar associado a um conjunto de saberes que permite ao profissional a resposta com maior eficácia às diferentes demandas oriundas de seu trabalho. Assim, Maldonado (2002) indica que as competências correspondem a dois aspectos: o conhecimento, adquirido a partir do arcabouço teórico e a ação, definida pelo uso e aplicação do conhecimento de forma prática. No que diz respeito ao último aspecto, uma série de metodologias de aprendizagem pode ser levada em consideração, da mais formal – uma instituição de ensino, por exemplo – até àquela informal – como a experiência adquirida

junto aos problemas pessoais. Seguindo esse pensamento, para Perrenoud (2007), as competências são resultado da habilidade de mobilizar um conjunto de recursos (saberes, capacidades, informações, entre outros) para resolver de forma eficaz uma série de situações que podem envolver contextos culturais, sociais ou profissionais.

Segundo Rivas Garcia, Espínosa e Ruiz (2019), durante a Conferência Mundial sobre a Educação Superior promovida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, em 2009, a discussão sobre formação e conhecimento ocorreu em torno da necessidade de oportunizar aos estudantes a aprendizagem permanente no intuito de facilitar a construção de competências adequadas para contribuir com o desenvolvimento cultural, social e econômico. Dessa forma, as principais ações do ensino superior devem estar ligadas a quatro funções principais: geração de novos conhecimentos, treinamento de pessoas altamente qualificadas, oferecimento de serviços à sociedade e promoção à crítica social.

No que se refere à atividade turística, em pesquisa de Rivas Garcia, Espínosa e Ruiz (2019), os autores encontraram quatro categorias de competências no turismo: saber (conceitual), saber fazer (prática), ser (atitudes e valores) e competências genéricas (transversais). Assim, as competências da primeira categoria envolvem o conhecimento sobre o turismo e seus impactos, legislação e gestão; na categoria do “saber fazer” estão as competências relacionadas à comunicação oral e escrita, uso de softwares e procedimentos operacionais; no que se refere ao “ser”, as competências devem primar a busca pela qualidade, espírito empreendedor, apreço pela diversidade, trabalho em equipe, liderança e criatividade, orientação de prestação de serviços ao cliente; e, na categoria “genéricas”, encontra-se a solução de problemas, capacidade de tomada de decisão, lealdade, capacidade de planejamento e compromisso ético.

Apesar dos esforços em identificar as competências, habilidades e atitudes – também conhecidas pela sigla “CHAs” –, inerentes e necessárias aos profissionais que atuam no turismo, de acordo com De Paula, De Carvalho e Pimentel (2017), não existe convergência sobre o tema entre os envolvidos (profissionais, estudiosos, empregadores e gestores), deixando à vista as lacunas entre a formação em turismo e a prática. Enquanto as instituições de ensino se voltam para aspectos teóricos e com pouca aplicação prática, os estudantes estão interessados em se envolver com a gestão e o planejamento turístico. Já o mercado de trabalho busca profissionais para cargos operacionais, gerando divergências em relação à oferta e demanda laboral.

A dificuldade em identificar o perfil profissional adequado para atuar no enoturismo também se faz presente, inclusive pela reduzida formação no Brasil voltada para esse campo profissional. O fato de introduzir a prestação de serviços em um ambiente de características industriais – o varejo e o atendimento turístico em uma indústria de vinhos – faz com que profissionais e gestores necessitem adaptar suas competências *in loco* no decorrer da realização de suas atividades.

No contexto organizacional, Lavandoski et al. (2017) argumentam que as vinícolas precisam se adaptar para entrar no setor de serviços através da adoção do enoturismo no seu negócio. Neste sentido, as empresas precisam mudar processos internos e aprender a desenvolver novas atividades – turísticas e, até então, não rotineiras – em paralelo com as atividades agrícolas e produtivas do vinho. As tarefas ligadas ao enoturismo nas vinícolas (como receber os visitantes, oferecer diferentes atividades de degustação e harmonização, tours e atividades de esporte e lazer etc.) podem ser realizadas por membros da família, enólogos ou outras pessoas contratadas, mas requerem alguns conhecimentos específicos voltados ao atendimento de turistas, ao acompanhamento e guiamento de grupos, à confecção e manuseio de alimentos, à

higienização de ambientes, dentre outros. Portanto, o profissional que atua no ramo do enoturismo necessita de conhecimentos relacionados ao *marketing*, à comercialização de produtos, à hospitalidade e ao bem receber, à recepção e atendimento ao cliente, ao planejamento de atividades e produtos de enoturismo, entre outros.

Pesquisas indicam a importância dos investimentos em recursos humanos para o desenvolvimento do enoturismo (MARZO-NAVARRO, PEDRAJA-IGLESIAS, 2009). Os recursos humanos também são considerados fatores críticos de sucesso do enoturismo na região do Napa Valley (Estados Unidos), (JONES, SINGH, HSIUNG, 2015). Pesquisas realizadas em vinícolas do Alentejo (Portugal), revelam que uma minoria dos colaboradores permanentes das empresas tem qualificação em enoturismo (LAVANDOSKI et al., 2017). Tassiopoulos e Haydam (2006) elencam, como uma das tarefas para o desenvolvimento do enoturismo pelos órgãos de turismo da África do Sul, a necessidade de educação e treinamento de operadores regionais de turismo e funcionários envolvidos com o enoturismo. Esses resultados, ainda que limitados geograficamente, demonstram que ambos os setores, vinícola e turístico, ainda precisam se adaptar ao novo segmento e nicho de mercado que é o enoturismo.

Byrd et al. (2016) analisam os fatores que influenciam a intenção dos enoturistas em visitar ou revisitar uma vinícola ou região de enoturismo na Carolina do Norte (Estados Unidos). Os resultados revelam que um bom atendimento ao cliente e o conhecimento dos funcionários sobre vinho são importantes tanto para visitar, como para revistar uma vinícola, ou ainda, para futuras intenções de compra de vinho. A qualidade do serviço durante as visitas nas vinícolas tem forte impacto nas vendas futuras de vinhos, sendo os aspectos intangíveis – atendimento, por exemplo – mais relevantes do que os tangíveis – a qualidade do vinho (O'NEILL, PALMER, CHARTES, 2002).

No Brasil, inexistente formação superior em enoturismo, e essa prestação de serviço turístico nas vinícolas, muitas vezes, é desempenhada pelos enólogos ou outros profissionais da indústria vinícola. A literatura científica não tem se debruçado sobre a qualificação profissional requerida para a atuação na área do enoturismo. Estudos de demanda enoturística que analisam motivação, satisfação, lealdade, experiência, intenção de visitar uma vinícola ou região produtora de vinhos, por exemplo, permitem compreender as expectativas, desejos e identificar os perfis de visitantes nas vinícolas que, por conseguinte, podem revelar atributos considerados importantes pelos visitantes em atividades de enoturismo.

Os resultados da presente pesquisa indicam que os egressos dos cursos de Viticultura e Enologia não possuem formação adequada para atuar com a atividade turística. No entanto, essas são as tarefas mais frequentes realizadas por esses profissionais durante a realização do curso e, também, após a sua conclusão. Dessa forma, é necessário refletir sobre o perfil do enólogo como profissional atuante no enoturismo, discutindo se cabe ao mercado mudar o perfil pretendido ou se é mais eficaz que as instituições de ensino ajustem seus PPC's de viticultura e enologia para atender às atuais necessidades do setor vitivinícola.

Com base na literatura, é possível identificar a relevância das CHAs específicas requeridas aos profissionais que atuam com o enoturismo, visto sua influência direta na percepção da qualidade dos serviços oferecidos e prestados, reforçando a necessidade de quadros formativos dentro das instituições de ensino.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratório-descritiva e faz uso de metodologia quali-quantitativa, integrando dados com representação numérica e categórica. O levantamento de dados foi realizado entre os anos de 2018 e 2019, mediante dois questionários *on-line* encaminhados aos coordenadores dos cursos de Viticultura e de Enologia no Brasil e aos egressos dessas instituições. O questionário direcionado à coordenação de curso continha questões abertas e fechadas, somando um total de 18 perguntas, envolvendo o perfil do curso, informações sobre os egressos e sobre o PPC, o panorama do mercado de trabalho na região de oferta, a existência de oferta complementar na área de viticultura e enologia, a relevância da formação para o enoturismo e as oportunidades profissionais geradas na região.

O questionário enviado aos egressos foi composto por 19 questões abertas e fechadas, divididas em três blocos: aspectos sociodemográficos (sexo, idade, cidade atual), formação (ano de conclusão do curso, conteúdo e competências ligados ao enoturismo vistos no decorrer do curso, interesse em ampliar os conhecimentos voltados ao enoturismo) e atuação profissional (atividades realizadas durante a vida profissional, vínculo com o enoturismo e aptidão para as tarefas).

Outra técnica de coleta de dados utilizada concerne à pesquisa documental, possibilitando a análise dos PPC's vigentes dos cursos de Viticultura e de Enologia das instituições ofertantes (conforme Quadro 1), no que diz respeito à carga horária, perfil do egresso, disciplinas e demais atividades propostas relacionadas ao enoturismo.

Quadro 1 – Instituições que ofertam cursos de Viticultura e Enologia no Brasil

Instituição	Cidade da oferta	Ano da primeira oferta
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS	Bento Gonçalves - RS	1995
Universidade Federal do Pampa – Unipampa	Dom Pedrito – RS	2011
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-riograndense – IFSUL	Pelotas – RS	2015
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – IFSC	Urupema – SC	2015
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – IFSP	São Roque – SP	2013
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano – IFSertão	Petrolina – PE	2005

Fonte: elaboração própria, 2020.

Os dados foram coletados através de contato telefônico, correio eletrônico e/ou divulgação em redes sociais, no caso dos questionários aos egressos. Esses, por sua vez, foram tabulados por meio do *software* Excel e analisados através de estatística descritiva, representada através de frequências e médias.

A amostra obtida na pesquisa foi composta por: (a) dados que representam cinco dos seis Institutos Federais brasileiros com formação superior nessa área, obtidos através de questionários quali-quantitativos aplicados aos coordenadores de cursos de

Viticultura e de Enologia do país; e (b) dados obtidos por meio de questionários qualitativos de 125 egressos dos cursos de Viticultura e de Enologia do país. A seguir são apresentados resultados e discussões da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A apresentação e discussão dos resultados da pesquisa segue a ordem: percepção dos coordenadores de curso, dados que revelam o perfil dos egressos das instituições de formação e, por fim, as informações de importância para esta pesquisa contidas nos respectivos PPC's.

A pesquisa obteve a participação de cinco coordenadores das seis Instituições de Ensino e participantes egressos de todas as instituições ofertantes. O IFRS *Campus Bento Gonçalves* é a instituição de ensino mais antiga do país que oferece curso de Viticultura e Enologia, possuindo assim 1.360 egressos no ano de 2018. Em função disso, sobretudo da importância histórica e de estar localizada na região responsável pela maior produção de vinho do país, essa instituição vem, desde então, contribuindo com o crescimento e a qualificação da cadeia vitivinícola e, mais recentemente, com o incremento da atividade turística que tem o vinho e seu entorno como atrativos principais. Os demais cursos, no Brasil, surgiram depois do ano 2000, possuindo assim, um número consideravelmente menor de egressos, sendo o mais recente entre eles o IFSC, com apenas seis egressos. Todas as instituições participantes informaram a existência de formação complementar ou verticalização na área de Viticultura e de Enologia, como cursos de especialização, de extensão, técnico integrado, existência de convênio para oportunizar a realização do estágio (obrigatório ou não).

Compreendendo que o enoturismo é de grande relevância para o setor vitivinícola, 100% dos coordenadores contatados confirmaram a importância da qualificação do profissional para atuar nesse ramo. Entretanto, um dos respondentes considera razoavelmente importante a presença do conteúdo de enoturismo nos cursos de Viticultura e Enologia. As vinícolas, atualmente, não têm como interesse simplesmente vender seus produtos aos visitantes e turistas, elas também se preocupam com as experiências sensoriais e gastronômicas que seus produtos podem oferecer e, assim, tornam-se mais competitivos no mercado. As empresas buscam cada vez mais alternativas para que consumidores conheçam e adquiram seus produtos a partir de experiências diversas. Dessa forma, o turista fica com uma imagem do vinho associada àquele momento e isso acaba conquistando e fidelizando o cliente, como vem sendo destacado em diferentes pesquisas que demonstram a importância do enoturismo (ESCHER et al., 2014; JONES et al., 2015; MARZO-NAVARRO, PEDRAJA-IGLESIAS, 2009; O'NEILL et al., 2002).

Dentre as instituições pesquisadas, 80% oportunizaram conhecimentos ligados ao enoturismo, através de disciplinas, eventos, visitas técnicas, palestras, iniciação científica e cursos de extensão. Em relação ao mercado de trabalho na área da vitivinicultura de cada região, um dos coordenadores entrevistados destacou que a situação do mercado está saturada e com retribuição financeira inadequada. Os outros quatro, por sua vez, afirmam que existe um mercado promissor, com expansão e bom potencial, para os cursos de Viticultura e Enologia. Já na área de enoturismo, todos os coordenadores afirmaram que a situação está em evolução e crescimento, e atestaram que o enoturismo gera oportunidades profissionais em todas as regiões produtoras. Dentre as principais oportunidades no setor estão, sobretudo, a comercialização (varejo), a atuação em eventos, restaurantes e hotéis.

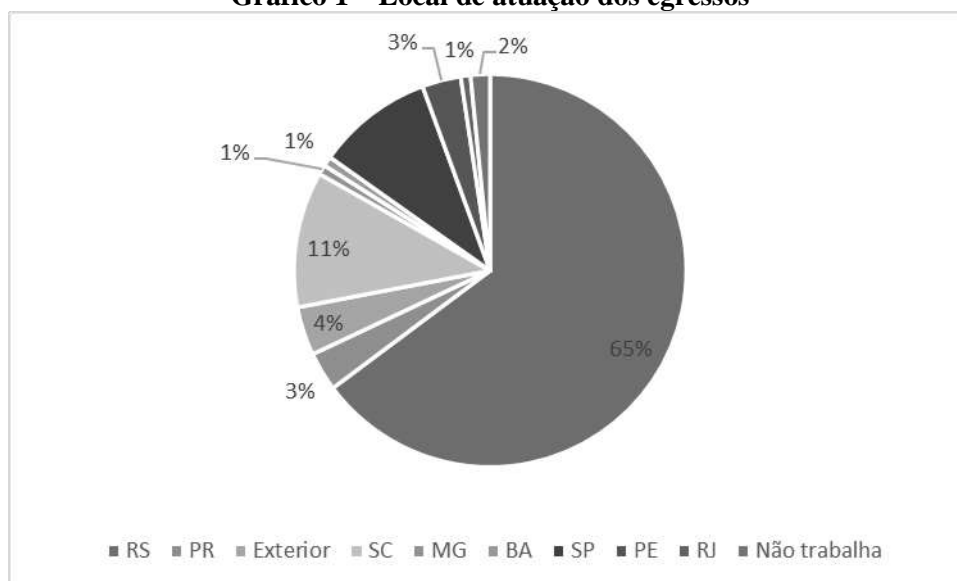
Devido ao crescimento do enoturismo, muitas vinícolas têm estruturado espaços para a recepção de visitantes e implementando atrativos diversos (museus, restaurantes, *wine bar*, entre outros). Assim, é necessário direcionar a formação do profissional para o desenvolvimento de competências vinculadas ao *marketing*, à comunicação (BENÍTEZ, MELERO, EYZAGUIRRE, 2017), à hospitalidade, ao planejamento e o desenvolvimento do enoturismo como um todo (LAVANDOSKI et al., 2017).

Em relação aos egressos, a amostra obtida foi de 125 participantes, representada por 55% do sexo feminino e 45% masculino, com faixa etária entre 19 e 29 anos (52%), de 30 a 39 anos (33%), 40 a 49 anos (12%) e 50 a 58 anos (3%). Uma explicação para a maior participação de jovens e adultos (até 49 anos) na pesquisa pode estar relacionada com o uso de ferramentas tecnológicas como internet e computador, uma vez que a pesquisa foi aplicada *on-line*.

A amostra obtida com os egressos contemplou todas as seis instituições ofertantes, sendo que o IFRS obteve o maior percentual de respondentes, correspondendo a 75% da amostra, seguido do IFSP (6%), IFSC (5%), IFSertão, IFSUL e Unipampa (cada um com 4%). Ainda, 2% dos participantes responderam ter realizado o curso em outra instituição, no exterior. A maior participação dos egressos do IFRS se dá, provavelmente, em função do longo tempo de existência do curso e, conseqüentemente, da maior colocação de profissionais formados no mercado de trabalho.

Os egressos que participaram da pesquisa exercem suas atividades profissionais em oito diferentes estados brasileiros, sendo o Rio Grande do Sul o estado predominante, seguido de Santa Catarina, São Paulo, Pernambuco e Paraná, e também do exterior (Chile, Califórnia, França e Portugal), conforme o Gráfico 1. Dos respondentes, 86,4% estavam trabalhando em alguma vinícola no momento da pesquisa, sendo que, 67,6% deles estava desenvolvendo atividades ligadas ao enoturismo, o que reforça a relevância da área para as vinícolas e, conseqüentemente, a necessidade de profissionais com competências e habilidades para desenvolver esse trabalho.

Gráfico 1 – Local de atuação dos egressos



Fonte: elaboração própria, 2020.

Quando questionados sobre a oferta de disciplinas e conteúdos ligados ao enoturismo, apesar de 99% dos egressos indicarem a importância de aprender sobre o tema, 58% dos respondentes indicaram que a instituição não oportunizou disciplinas nessa temática. Uma explicação para ausência de disciplinas pode estar relacionada com o período de realização do curso, ou seja, a não oferta destes componentes curriculares em determinado período, além da atualização do PPC. Ainda assim, 86% se consideram aptos para atuar no enoturismo e, a grande maioria (90%), considera o enólogo, juntamente com o turismólogo (profissional com formação superior em Turismo), os profissionais com melhores condições para trabalhar nesse segmento.

Em relação às atividades realizadas nas vinícolas, 79,2% dos respondentes atuam em tarefas envolvendo a prestação de serviços turísticos (guiamento de visitantes, recepção e atendimento aos turistas, varejo e comercialização) e apenas 15,2% nunca acompanharam visitantes/turistas durante uma degustação de vinhos, por exemplo. Ainda, quando questionados se já tinham atuado no enoturismo, 29,6% informaram que não. Esse distanciamento com o enoturismo, demonstrado por parte dos resultados obtidos, pode indicar a falta de clareza dos egressos a respeito do que caracteriza o enoturismo.

Ao analisar os currículos e os PPC's com o intuito de observar a vinculação dos conteúdos do curso às demandas do mundo do trabalho voltados à atividade enoturística, é possível conhecer e comparar transformações e necessidades de gestão do mercado vitivinícola e como cada instituição propõe a formação para o seu egresso. O Quadro 2 apresenta informações sobre a formação, carga horária, oferta de disciplinas de enoturismo e a quantidade de citações da palavra "enoturismo" nos PPC's das instituições ofertantes e que participaram desta pesquisa.

Quadro 2 – Oferta formativa e sua relação com o enoturismo.

Curso	Tipo de formação superior	Carga horária mínima de formação	Última atualização do PPC	Disciplina(s) de enoturismo	Citação(ões) do termo enoturismo no PPC
IFRS- Instituto Federal do rio Grande do Sul <i>Campus</i> Bento Gonçalves (RS)	Tecnológico em Viticultura e Enologia	2.819 horas	2018	Enoturismo (optativa)	17 citações, sendo 3 na matriz curricular, 7 no ementário, 7 na bibliografia
UNIPAMPA- Universidade Federal do Pampa- <i>Campus</i> Dom Pedrito (RS)	Bacharelado em Enologia	3.195 horas	2016	Enoturismo e Enogastronomia (optativa)	12 citações, sendo 1 na matriz curricular, 9 no ementário, 2 na bibliografia
IFSertão Pernambucano- Zona Rural- <i>Campus</i> Petrolina (PE)	Tecnológico em Viticultura e Enologia	2.820 horas	2015	Enoturismo (obrigatória)	15 citações, sendo 2 na contextualização da proposta, 2 na matriz curricular, 8 no ementário, 3 na bibliografia

IFSP- Instituto Federal de São Paulo- <i>Campus</i> São Roque (SP)	Tecnológico em Viticultura e Enologia	2.650 horas	2016	-	12 citações, sendo 5 na contextualização da proposta, 1 na matriz curricular anterior, 6 na bibliografia
– IFSC Instituto Federal de Santa Catarina- <i>Campus</i> Urupema (SC)	Tecnológico em Viticultura e Enologia	3.310 horas	2019	Enoturismo (obrigatória)	9 citações, sendo 1 na contextualização da proposta, 2 na matriz curricular, 4 no ementário, 2 na bibliografia

Fonte: elaboração própria, 2020.

Todos os cursos analisados atendem os pressupostos indicados no CNCT (MEC, 2016) no que tange à carga horária mínima, perfil do egresso e infraestrutura recomendada.

Das cinco instituições participantes neste estudo, a maioria oferece formação profissional em nível Tecnológico e somente uma instituição possui formação em nível de Bacharelado. A carga horária dos cursos varia entre 2.650 e 3.310 horas e atualizações recentes foram realizadas nos PPC's, sobretudo no IFSC e no IFRS.

No que se refere ao enoturismo, o levantamento permitiu identificar que a quantidade de citações sobre enoturismo nos respectivos PPC's varia entre nove e 17 citações e que elas são mencionadas na contextualização da proposta, na matriz curricular, no ementário e na bibliografia. Havia uma expectativa de se encontrar o termo enoturismo citado nesses documentos, esses foram identificados, contudo, não se tinha a identificação em que contexto ele apareceria. Tais menções reforçam a possível ligação do enólogo com a atividade turística, seja como forma de atuação profissional, seja como conteúdo ou atividade realizada pelas instituições de ensino.

Também, há oferta de disciplinas sobre enoturismo em quatro das cinco instituições pesquisadas, com exceção do IFSP. Essas disciplinas possuem *status* de obrigatória ou de optativa. Cabe ressaltar que o Quadro 2 apresenta os componentes curriculares com conteúdo sobre enoturismo na ementa. No entanto, outras disciplinas com temáticas complementares são ofertadas pelas instituições, tais como as que possuem conteúdo sobre harmonização entre vinhos e comidas, serviço de vinho, *marketing*, empreendedorismo, entre outras.

O curso da Unipampa (RS) foi estruturado a partir de um eixo articulador, intitulado “Sustentabilidade da Cadeia Produtiva”. O perfil desejado para o egresso é de um profissional com formação multi e transdisciplinar, além de humanística, capaz de pensar estrategicamente para atuar nos distintos campos da área de conhecimento, possuidor de uma visão sistêmica na gestão técnica, econômica e administrativa de estabelecimentos vitícolas, enológicos e organizações públicas e privadas do setor. A instituição possui 60 egressos.

A região de Petrolina (PE), como uma das mais destacadas na cultura da uva irrigada, tem gerado um crescimento na demanda de mão de obra, reforçando a importância da fruticultura no emprego agrícola e na agroindústria da região, panorama que confere maior importância ao curso ofertado no IFSertão, segunda instituição com o maior número de egressos (n=101). A atualização da matriz curricular tem o objetivo de possibilitar ao formando uma melhor inserção profissional nas cadeias produtivas da

uva, do vinho e dos seus derivados, as quais têm sido marcadas pela crescente ampliação da concorrência.

No IFSC, as competências gerais de seus egressos contemplam os conhecimentos sobre o cultivo da videira, os processos inerentes à tecnologia de vinificação e ainda o gerenciamento do negócio vitivinícola. É a instituição com oferta do curso de Viticultura e Enologia mais recente do país, possuindo 6 egressos.

O curso do IFSP, que conta com 30 egressos, reformulou o PPC em 2016 e retirou a disciplina intitulada de Enoturismo, contudo continua envolvida com o enoturismo. O curso apresenta como perfil do egresso, dentre as diversas características, um profissional que planeja, implanta, executa e avalia os processos de produção, desde a escolha das cepas de uva ao produto final. O PPC cita em diferentes momentos o enoturismo como uma das oportunidades profissionais da região. O documento propõe também, como demanda do profissional da área, a formação para gerenciar empreendimentos vinícolas e desenvolver atividades complementares tais como a gastronomia e o enoturismo. Além disso, na justificativa e relevância para a realização do curso apontam questões relacionadas ao enoturismo, considerando uma importante ferramenta de promoção para o vinho regional, juntamente com o Polo Turístico do Circuito das Frutas, localizado na mesma região, cerca de 100 km da cidade de São Paulo. É válido destacar que a cidade de São Roque foi elevada à categoria de Estância Turística no ano de 1990, em função do crescente número de turistas visitando as vinícolas nos períodos de final de semana e feriados. Pesquisa recente de Santos e Gimenes-Minasse (2019) também destaca a importância da vitivinicultura na cidade de São Roque, conhecida como “Terra do Vinho”, ao analisar a trajetória dos eventos gastronômicos.

O IFRS, embora ofereça a formação desde 1959, somente na reformulação do PPC, em 2018, inseriu a oferta de uma disciplina optativa (Enoturismo). As áreas específicas da formação abrangem o conhecimento ligado ao cultivo da uva, o processamento vinícola, a análise sensorial, a comercialização do produto final. Além da formação tecnológica, o curso promove o empreendedorismo, através de bases teóricas da economia, da gestão e do planejamento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O enoturismo é uma área em expansão no Brasil e no mundo. A análise realizada demonstra que os conhecimentos em enoturismo são considerados relevantes pelos coordenadores de curso, e estão contemplados na oferta curricular da maioria dos cursos, visto que o enoturismo pode ser uma possibilidade de atuação no mercado de trabalho desses profissionais egressos.

Em relação aos objetivos desta pesquisa, conclui-se que tanto os coordenadores dos cursos como os egressos consideram importante aprender sobre enoturismo, tanto no âmbito do ensino como para a atuação no mercado de trabalho. Os cursos analisados proporcionam ao estudante conhecimento sobre enoturismo, seja como disciplina específica ou outras atividades, tais como eventos, visitas técnicas, palestras, iniciação científica e cursos de extensão. No que diz respeito ao perfil dos egressos, foi identificado que a maioria se encontra atuante no setor vitivinícola nacional ou internacional e se considera apta para atuar no enoturismo, estando direta ou indiretamente em contato com o turista e/ou visitante, isto é, desenvolvendo alguma atividade de prestação de serviços turísticos (guiamento de visitantes, recepção e atendimento aos turistas, varejo e comercialização). Portanto, os resultados demonstram

que as atividades exercidas por esses egressos estão correlacionadas com o segmento do enoturismo.

O levantamento aqui apresentado, que demonstra o panorama da formação superior nos cursos de Viticultura e de Enologia no país, permite conhecer e comparar as transformações e necessidades de gestão do mercado vitivinícola e reforçar a importância desses cursos para qualificar a atuação no setor vitivinícola. As diretrizes nos PPC's, contribuem para a participação dos egressos no desenvolvimento de cadeias produtivas, como o arranjo produtivo local Uva e Vinho; e em polos enoturísticos, como o Vale dos Vinhedos, ambos na Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul.

Nesse sentido, no que se refere ao enoturismo, parece ser necessário manter e/ou ampliar o conhecimento e as habilidades proporcionadas a estes profissionais da área da viticultura e enologia, tendo em vista a importância que o enoturismo tem para o negócio do vinho e sua expansão como segmento turístico em regiões produtoras de vinho (JONES et al., 2015; LAVANDOSKI et al., 2017; MARZO-NAVARRO, PEDRAJA-IGLESIAS, 2009; TASSIOPOULOS; HAYDAM, 2006). Portanto, verifica-se que a ausência de disciplina sobre enoturismo na matriz curricular do IFSP não condiz com a justificativa constante no PPC, com a contextualização regional e com o desenvolvimento turístico do município. Essa decisão pode incidir de forma direta na qualidade da atividade enoturística, haja vista a absorção dos egressos dos cursos de Viticultura e Enologia pelo setor.

A maior limitação encontrada no presente estudo diz respeito ao tamanho da amostra obtida. Uma vez que o IFRS é a mais antiga do país, em termos de oferta de curso de Viticultura e Enologia, era esperado um maior número de egressos participantes.

Uma outra limitação encontrada para a realização da pesquisa condiz ao questionário *on-line* aplicado aos coordenadores de curso. Foram necessários vários contatos via telefonia e *e-mail* para o preenchimento do questionário, ainda assim registrou-se a não participação do coordenador de uma das instituições ofertantes. A dificuldade de acesso e de resposta dos coordenadores pode, também, ter dificultado a divulgação da pesquisa para os egressos.

Estudos futuros devem analisar, com a devida profundidade, possíveis divergências em relação à oferta e demanda laboral, assim como outros aspectos que não foram explorados nesta pesquisa sobre o ensino aplicado ao enoturismo, tais como os conteúdos, assuntos e disciplinas que devem constar no currículo dos cursos na área de viticultura e enologia. Além disso, também tem o papel de investigar junto aos empreendimentos o perfil desejado e se a formação superior, de fato, cumpre as exigências do mercado de trabalho.

A principal contribuição da pesquisa é oferecer informações iniciais sobre a importância do enoturismo no âmbito da formação superior e da atuação profissional na área de viticultura e enologia. Nesse sentido, para o desenvolvimento adequado do enoturismo é fundamental a atuação de pessoas qualificadas, o que inclui a necessidade de informações e conhecimento sobre o tema para os profissionais da área da vitivinicultura, em função dos seus envolvimento direta e/ou indiretamente com o enoturismo.

AGRADECIMENTOS

Registra-se o agradecimento às instituições participantes e o apoio da FAPERGS e IFRS por meio do edital 25/2019 PROBIC/IFRS/FAPERGS.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Flavio Sacco dos. **Agricultura familiar, pluriatividade e desenvolvimento rural no sul do Brasil**. Pelotas: EGUFPEL, 2003.

BEAMES, Geoffrey. The rock, the reef and the grape: the challenges of developing wine tourism in regional Australia. **Journal of Vacation Marketing**, v. 9, n. 3, p. 205-212, jun. 2003.

BENÍTEZ, Juan Gómez; MELERO, Cristina Lasanta; EYZAGUIRRE, Lucía Benítez. La necesidad de incorporar las competencias de comunicación en la formación de los enólogos. In: **BIO Web of Conferences**. EDP Sciences, 2017.

BRASIL. Anuário Estatístico de Turismo – 2019. Ministério do Turismo, volume 46, ano base 2018. Disponível em: <http://dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: 01 fev. 2020.

BYRD, Erick T. et al. Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. **Tourism Management**, v. 52, p. 19-29, 2016.

CARBONE, Pedro Paulo; BRANDÃO, Hugo Pena; LEITE, João Batista Diniz. Gestão por competências e gestão do conhecimento. In: **Gestão por competências e gestão do conhecimento**. 2009. p. 176-176.

CIC-BG – CENTRO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS DE BENTO GONÇALVES. **Panorama Socioeconômico 2019**. Revista Panorama Socioeconômico Bento Gonçalves, 48. ed., 2019.

COSTA, Luciana de Castro Neves. Enoturismo e paisagem cultural: a vitivinicultura em nova proposta. **Rosa dos Ventos**, v. 2, n. 2, p. 112-124, 2010.

DE PAULA, Sara Conceição; DE CARVALHO, Fabíola Cristina Costa; PIMENTEL, Thiago Duarte. (In) Definição de Competências Laborais em Turismo: implicações sobre o perfil profissional. **Revista Latino-Americana de Turismologia**, v. 3, n. 2, p. 63-69, 2017.

DUBRULE, Paul. **Lóenotourisme: une valorisation des produits et du patrimoine vitivinicoles**. Paris: Ministère de l'Agriculture et de La Pêche, 2007.

ESCHER, Fabiano et al. Caracterização da pluriatividade e dos plurirrendimentos da agricultura brasileira a partir do Censo Agropecuário 2006. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 52, n. 4, p. 643-668, 2014.

GRAZIANO DA SILVA, José. **O novo rural brasileiro**. 2 ed. Campinas: Unicamp, 2002.

GRAZIANO DA SILVA, José; DEL GROSSI, Mauro Eduardo. A pluriatividade da agropecuária brasileira em 1995. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 11, outubro/1998.

GREAT WINE CAPITALS. Great wine capitals global network: 2012 Market Survey. Disponível em: https://www.greatwinecapitals.com/sites/default/files/gwcn-market_research-2012_-_executive_summary_-_en.pdf. Acesso em: 01 fev. 2020.

HALL, Colin Michael; MACIONIS, Niki. Wine tourism in Australia and New Zealand. In: BUTLER, Richard. HALL, Colin Michael. JENKINS, John. **Tourism and recreation in rural areas**. Nova York: John Wiley & Sons, 1998.

IFRS. Síntese histórica do *campus* Bento Gonçalves. Disponível em: <http://www.bento.ifrs.edu.br/site/conteudo.php?cat=26>. Acesso em: 05 fev. 2018.

JESÚS-CONTRERAS, Daniel de; THOMÉ-ORTIZ, Humberto; MEDINA, Francisco Xavier. Enoturismo y promoción del territorio. Análisis comparativo entre el nuevo y el viejo mundo del vino. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 18, n. 3, p. 457-471, 2020.

JONES, Marjorie F.; SINGH, Neha; HSIUNG, Yvonne. Determining the critical success factors of the wine tourism region of Napa from a supply perspective. **International Journal of Tourism Research**, v. 17, n. 3, p. 261-271, 2015.

KAGEYAMA, Angela. **Determinantes das condições socioeconômicas dos domicílios agrícolas no Brasil**. Campinas, IE-UNICAMP, 2001, Relatório parcial de pesquisa.

LAVANDOSKI, Joice et al. Indutores e Efeitos do Desenvolvimento do Enoturismo nas Vinícolas: A Perspectiva das Capacidades Dinâmicas. **Revista Turismo – Visão e Ação**, v. 19, n. 3, p. 458-486, 2017.

LIGNON-DARMAILLAC, Sophie. **L'Oenotourisme en France: nouvelle valorization des vignobles – analyse et bilan**. Paris: Feret, 2009.

MALDONADO, Miguel Ángel. **Las competencias, una opción de vida**. Bogotá: ECOE Ediciones, 2002.

MARZO-NAVARRO, Mercedes; PEDRAJA-IGLESIAS, Marta. Profile of a wine tourist and the correspondence between destination and preferred wine: a study in Aragon, Spain. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 26, n. 7, p. 670-687, 2009.

MEC. **Catálogo Nacional de Cursos Tecnológicos 2016**. Brasília, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=9821_1-cncst-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192. Acesso em: 08 mar. 2021.

NEREUS. Núcleo de Economia Regional e Urbana da Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.usp.br/nereus/?dados=brasil>>. Acesso em 5 jun. 2021.

OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. **Panorama de la educación 2013**. Indicadores de la OCDE. España: Santillana, 2013.

OIV. International Organisations of Vine and Wine. **2019 Statistical Report on World Vitiviniculture**, p. 1-23. Disponível em: <https://oiv.int/public/medias/6782/oiv-2019-statistical-report-on-world-vitiviniculture.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2021.

O'NEILL, Martin; PALMER, Adrian; CHARTERS, Steven. Wine production as a service experience—the effects of service quality on wine sales. **Journal of Services Marketing**, v. 16, n. 4, p. 342-362, 2002.

PERRENOUD, Philippe. **Diez nuevas competencias para enseñar** (4ª ed.). Barcelona: Graó, 2007.

PLOEG, Van der et al. **Rural Development: From Practices and Policies towards Theory**. SociologiaRuralis. 2000

RIVAS GARCÍA, Rosa María; CARDOSO ESPINOSA, Edgar Oliver; CORTÉS RUIZ, Jesica Alheli. Proposta de competências profissionais em turismo a partir da abordagem empregadora. **RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo**, v. 9, n. 18, p. 195-214, 2019.

SANTOS, Bianca Paes Garcia dos; GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta. Da Festa do Vinho à Expo São Roque: a trajetória dos eventos gastronômicos de São Roque (SP). **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, v. 9, n. 2, p. 68-86, 2019.

SCHNEIDER, Sergio. A pluriatividade e o desenvolvimento rural brasileiro. In: BOTELHO FILHO, F. B. (org.). **Agricultura familiar e desenvolvimento rural**. Brasília: Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares, 2005.

TASSIOPOULOS, Dimitri; HAYDAM, Norbert. Wine Tourists in South Africa: a Demand-side study, In: Carlsen, J. and Charters, S. (Ed.) **Global Wine Tourism: Research, Management & Marketing**, CAB International, UK, p. 141-152, 2006.

TONINI, Hernanda. Vinhos, Turismo e Pluriatividade na Agricultura. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, 2013.

TONINI, Hernanda; LAVANDOSKI, Joice. Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS). **Revista Turismo em Análise**, v. 22, p. 25-43, 2011.

VINHOS DO BRASIL. Dados gerais do setor vitivinícola – ano 2018. Disponível em: <http://vinhosdobrasilreport.com.br/dados-gerais-do-setor-vitivinicola-ano-2018-anuario-2019/>. Acesso em: 10 fev. 2021.

Higher education and development of wine tourism in Brazil

Abstract

The development of wine tourism depends on the performance of qualified people, with their knowledge focused on marketing, sales, hospitality, and welcome, among others. There is no specific higher education in wine tourism in Brazil, and that tourist service provision in wineries has been often performed by winemakers or other professionals from wine industry. This research aims to analyze the contribution of the higher education courses of Viticulture and Oenology of the country in the development of wine tourism in Brazil, verifying the perception of the coordinators of the courses, the respective pedagogical projects, the profile of graduates, and the activities performed by them. Through an on-line survey and documentary research, five of the six Viticulture and Oenology courses in Brazil were analyzed, and a sample of 125 graduates, who had concluded the course by 2018. The surveys were tabulated using Excel software and analyzed by means of descriptive statistics. According to the sample, 55% of the graduates are female, the majority of the participants are between 19 and 29 years old (52%) and carry out their professional activities mainly in Rio Grande do Sul. Among the main activities performed by the graduates there are the elaboration and analysis of wines, reception, and service to tourists, tour guidance, retail, and sales. Both graduates and coordinators have considered it important to learn about wine tourism, although sometimes the guidelines of the pedagogical projects do not contemplate the content in a mandatory way. The results of the study contribute to reinforce the importance of this educational area, in addition to discuss relevant and updated contents about the guidelines of the pedagogical projects, qualifying the participation of graduates in the development of the local productive arrangement Grape and Wine. This directly implies the improvement of the area with regard to higher education, and that has been underexplored, considering the increasing development of the wine and tourism sector in the country.

Keywords: Wine tourism. Higher education. Viticulture. Oenology. Regional development.

Artigo submetido em 05/03/2021. Artigo aceito em 23/10/2021.