

## COMO VINHO E FERROVIA SE CONECTAM PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO?

JOICE LAVANDOSKI<sup>1</sup>

CARLA FRAGA<sup>2</sup>

HERNANDA TONINI<sup>3</sup>

Recebido em 09/07/2020

Aprovado em 30/04/2020

---

### Resumo

O presente estudo indaga sobre uma interface específica: “Como vinho e ferrovia se conectam para contribuir para o desenvolvimento local e regional do turismo no Brasil?”. Portanto, o objetivo geral é analisar a relação entre vinho e ferrovia na perspectiva do desenvolvimento local e regional do turismo, considerando o Trem do Vinho “Maria Fumaça” localizado na Região Uva e Vinho. O estudo é exploratório e descritivo, com levantamento bibliográfico e análise de dados secundários obtidos através de comentários (n=1.669) disponíveis no TripAdvisor sobre a Maria Fumaça referentes ao período de sete anos. Além da localização geográfica da área do estudo através do *software* QGis, foi possível elaborar análises textuais (Análise de Similitude e Nuvem de Palavras) utilizando-se do *software* Iramuteq. Os resultados contribuem para a perspectiva do desenvolvimento local e regional envolvendo conexões entre vinho, ferrovia e turismo, e para o avanço epistemológico sobre o que pode ser compreendido como turismo enoferroviário.

**Palavras-chave:** Vinho. Ferrovia. Enoturismo. Turismo. Desenvolvimento local e regional.

---

<sup>1</sup> Doutora em Turismo pela Universidade do Algarve (UALG/Portugal). Professora Adjunto do Departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Professora colaboradora no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: [joice.lavandoski@unirio.br](mailto:joice.lavandoski@unirio.br)

<sup>2</sup> Doutora em Ciências em Engenharia de Transportes pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora Associada do Departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). E-mail: [carla.fraga@unirio.br](mailto:carla.fraga@unirio.br)

<sup>3</sup> Doutora em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do Departamento de Ensino do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS). E-mail: [hernanda.tonini@bento.ifs.edu.br](mailto:hernanda.tonini@bento.ifs.edu.br)

## HOW DO WINE AND RAILWAY CONNECT FOR TOURISM DEVELOPMENT?

### Abstract

The present study asks about a specific interface: “How do wine and railway connect to contribute to the local and regional development of tourism in Brazil?”. Therefore, the general objective is to analyze the relationship between wine and railway from the perspective of local and regional tourism development, considering the Wine Train “Maria Fumaça” in the Região Uva e Vinho. The study is exploratory and descriptive, with bibliographic research and analysis of secondary data obtained through comments (n=1.669) available on TripAdvisor about Maria Fumaça for seven years. Besides the geographic location of the study area using the QGIS software, it was possible to elaborate textual analysis (Similitude Analysis and Word Cloud) using the Iramuteq software. The results contribute to the perspective of local and regional development involving connections between wine, railway, and tourism, and to the epistemological advance on what can be understood as railway wine tourism.

**Keywords:** Wine. Railway. Wine Tourism. Tourism. Local and Regional Development.

### INTRODUÇÃO

Considerando o planejamento e a gestão como essenciais ao desenvolvimento do turismo de maneira sustentada e em consonância com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2015), é evidente a relevância de propósitos sustentáveis no contexto atual. A Política Nacional de Turismo brasileira tem como princípios constitucionais a descentralização, a regionalização e o desenvolvimento socioeconômico justo e sustentável, de acordo com a Lei Geral do Turismo nº 11.771/2008 (BRASIL, 2008).

A partir deste importante marco legal do turismo no país, o desenvolvimento e a implementação das políticas de turismo, pelo Ministério do Turismo, avançaram tendo como foco as regiões turísticas. Nesta linha, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) propõe o desenvolvimento da atividade turística de forma regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo, integrando os atores públicos, privados e da sociedade civil. Como um

instrumento do Programa de Regionalização do Turismo, o Mapa do Turismo Brasileiro define a área, isto é, o recorte territorial que deve ser priorizado, onde os destinos (regiões e municípios) são categorizados por meio do desempenho de suas economias do turismo (BRASIL, 2019a).

No período base 2019-2021 estão contemplados no Mapa do Turismo Brasileiro um total de 2.694 municípios, distribuídos em 333 regiões turísticas (BRASIL, 2020a). Neste mapa, observa-se um caso emblemático que une vinho e ferrovia, o da Região Uva e Vinho, na Serra Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul, que congrega 29 municípios.

A Região Uva e Vinho se destaca perante as demais regiões turísticas brasileiras pelo potencial turístico e pela força que o setor vitivinícola possui. Dados da Empresa Brasileira de Pesquisa e Agropecuária (EMBRAPA), demonstram a relevância da vitivinicultura gaúcha, o Estado do Rio Grande do Sul representa mais de 90% da produção de vinho e suco de uva do país (EMBRAPA UVA E VINHO, 2019). Ademais, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa e Garibaldi estão entre os municípios com maior número de propriedades vitícolas, área de vinhedos e produção vitícola, segundo os dados mais atuais disponíveis (ano de referência 2015) do Cadastro Vitícola (EMBRAPA UVA E VINHO, IBRAVIN, 2020). Do lado da ferrovia, de acordo com dados da Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais - ABOTTC (2017), o Trem do Vinho, também conhecido como Maria Fumaça<sup>4</sup> é um passeio de trem turístico cultural, cuja extensão do trajeto é de 23km, tendo 2 horas de duração, podendo ser iniciado tanto na cidade de Carlos Barbosa, quanto em Bento Gonçalves, sendo Garibaldi também uma das cidades do passeio (ABOTTC, 2017).

A partir das instâncias de governanças estabelecidas no PRT (BRASIL, 2020b), é possível compreender a relevância da união de municípios para a atração e manutenção de fluxos turísticos domésticos e internacional<sup>5</sup>. Por outro lado, nessa perspectiva tanto a relação entre turismo e ferrovia (FRAGA, 2011), quanto a relação entre turismo e vinho (LAVANDOSKI, TONINI, BARRETTO, 2012) podem ser mais exploradas. O presente estudo indaga sobre uma interface

---

<sup>4</sup> “O Trem do Vinho, também conhecido como Trem da Uva ou simplesmente Maria Fumaça, é uma linha ferroviária turística localizada no Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul” (SEBRAE, ABOTTC, 2015a, p. 29).

<sup>5</sup> PRT+Integrado visa “promover a integração, aprimorar o diálogo e ampliar a troca de experiências entre representantes do setor turístico de todo o país” (BRASIL, 2019b).

ainda mais específica: Como vinho e ferrovia podem se conectar para contribuir para o desenvolvimento local e regional do turismo no Brasil? Para tal, este estudo utiliza o caso do Trem do Vinho “Maria Fumaça”.

A força que comentários *online* (*online travel reviews* - *OTRs*) apresentam para se compreender como os atributos relativos ao “vinho” e a “ferrovia” estão relacionados é um ponto inicial que pode contribuir tanto para o processo de planejamento e gestão, quanto para o avanço do conhecimento epistemológico sobre enoturismo e turismo enoferroviário, enquanto segmento e nicho de mercado, respectivamente. Portanto, o objetivo geral deste estudo é analisar a relação entre vinho e ferrovia na perspectiva do desenvolvimento local e regional do turismo, considerando o Trem do Vinho “Maria Fumaça”, localizado na Região Uva e Vinho. Como objetivos específicos têm-se: (a) identificar aspectos da interface entre turismo, vinho e ferrovia; (b) compreender o enoturismo no contexto da atratividade ferroviária turística, envolvendo ponderações sobre gastronomia e paisagem; (c) analisar a importância da ferrovia e do vinho para o desenvolvimento local e regional do turismo.

O estudo é exploratório e descritivo, sendo desenvolvido a partir de levantamento bibliográfico e organização de dados secundários, isto é, os comentários disponíveis no TripAdvisor sobre a Maria Fumaça referentes ao período de 7 anos (março/2013 a abril/2020) (TRIPADVISOR, 2020). Além da localização geográfica da área do estudo realizada através do *software* QGis, foi possível elaborar análises textuais (Similitude e Nuvem de Palavras) utilizando-se do *software* Iramuteq. O *corpus* textual foi composto por 1.669 comentários *online*.

O trabalho está subdividido em três partes além desta Introdução e das Considerações Finais, a próxima seção aborda a revisão da literatura, a seguinte descreve os aspectos metodológicos do estudo e a penúltima apresenta e discute os resultados.

## REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura aborda tanto desenvolvimento local e regional envolvendo o turismo, quanto especificamente o enoturismo, e a relação que pode se estabelecer entre vinho e ferrovia.

### Desenvolvimento local e regional

Desde que iniciaram as discussões a respeito do conceito de desenvolvimento, elementos foram incorporados e adaptados conforme as necessidades e orientações da sociedade. Independente da teoria proposta, a noção de desenvolvimento sempre esteve e segue associada à ideia de evolução e melhoramento, tendo sua origem nas pesquisas biológicas de Darwin. Termos como “progresso” e “crescimento econômico”, utilizados com maior frequência nos séculos XVIII e XIX, foram substituídos por um conceito que pudesse envolver não apenas aspectos financeiros, mas também socioculturais e, mais recentemente, ambientais (SACHS, 1995; ALMEIDA, 1998; ELLIS, BIGGS, 2001). Frente às crises sociais e financeiras vivenciadas na primeira metade do século XIX, em paralelo à identificação de países economicamente ineficazes, foi adotado o termo “desenvolvimento”, ao qual está atrelada a possibilidade de melhoria (econômica) destes países a partir da utilização de algumas regras consideradas gerais (CORIOLANO, 2012).

Com o passar dos anos, percebeu-se que o crescimento econômico de um país não significa necessariamente, a distribuição desta riqueza e consequente possibilidade de bem-estar para as pessoas. Segundo Santos et al. (2012), o desenvolvimento pressupõe a motivação dos envolvidos, com o objetivo de possibilitar um processo de mudança de forma que a sociedade evolua para um nível superior. De acordo com Coriolano (2012), para alcançar o desenvolvimento é necessário transformar a produção de riqueza em distribuição social, considerando-se a igualdade e as necessidades das pessoas, com base na justiça e direitos humanos. Assim, a avaliação por índices migra da análise estrita do Produto Interno Bruto (PIB) – resultantes da produção de riqueza – para

o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que leva em consideração, além da renda *per capita*, níveis de educação e expectativa de vida.

Santos et al. (2012) defendem que o termo desenvolvimento é multidimensional e interdisciplinar, inviabilizando sua análise a partir de apenas uma dimensão. Além disso, possui caráter de mudança das formas convencionais de pensar e agir, influenciando relações sociais de produção, distribuição e consumo dentro da sociedade. De acordo com Coriolano (2012, p.63), “pensar o desenvolvimento exige outra lógica, que não a da produtividade a qualquer custo, competitividade e acumulação, encerra uma revolução de ideias e práticas sociais, que oriente pessoas e organizações para a produção e o consumo partilhado, respeitando os ciclos da natureza.”

O desenvolvimento, independente do termo associado, deve ser analisado sob a ótica da economia (enquanto refere-se ao progresso e ao crescimento econômico), da política (quando tem como referência aspectos do território, como por exemplo o regional), do social (voltar ao bem-estar dos indivíduos) e do ambiental (através de uma relação mais equilibrada entre ser humano e natureza, garantindo recursos para gerações futuras) (SANTOS et al., 2012).

Nessa perspectiva, surgiram nos últimos anos conceitos como desenvolvimento sustentável e a preocupação com a natureza proposta pelo Relatório Brundtland (LATOUCHE, 2009), como crítica à frequente visão de crescimento para desenvolver. Seguindo essa proposta, tem-se o desenvolvimento como promoção de liberdade e acesso aos direitos (SEN, 2010), desenvolvimento local e regional, entre outras abordagens.

A partir da identificação da presença de uma série de *stakeholders* (entidades, empresas, pessoas) envolvidos direta ou indiretamente na realização de um projeto de desenvolvimento para determinada região, torna-se necessário construir as premissas de ação através da participação de todos, de forma coletiva e no intuito de compartilhar os benefícios. Nesse sentido, tem sido cada vez mais frequente os estudos sob a ótica do desenvolvimento local (ou regional), contando com a participação ativa daqueles que fazem parte de um espaço geográfico ou produtivo, tanto enquanto atores econômicos influenciadores, quanto pessoas que sofrem influência a partir de decisões específicas.

Coriolano (2012) exemplifica com o chamado turismo de base local, onde os habitantes são responsáveis por explorar o potencial do território de forma a obter o máximo de benefícios para a comunidade. O objetivo é adotar políticas que oportunizem trabalho, renda e proteção social, atendendo as mais diversas necessidades das pessoas de um determinado lugar, não pensando apenas no lucro financeiro, levando em consideração a revalorização do lugar e seus indivíduos.

A proposta de desenvolvimento na perspectiva endógena (de dentro para fora e não a partir de regras externas) tem como objetivo impulsionar a economia local, gerando benefícios para a comunidade. Dessa forma, conceitos como união, cooperação e coletividade são fundamentais. Uma das ações identificadas com esta proposta refere-se à formação e fortalecimento dos arranjos produtivos locais (APLs). Segundo Marini et al. (2012), o APL se configura através da concentração espacial de empresas que atuam de forma conjunta, sendo o desenvolvimento visto como resultado da capacidade endógena dos envolvidos, associada à valorização dos aspectos territoriais. A partir disso, os APLs estruturam-se como elementos indutores do desenvolvimento (MARINI et al., 2012).

Com o objetivo de gerar maior sinergia aos envolvidos, a cooperação entre empresas e instituições deu origem a ideia de *cluster*, uma rede associada às questões do lugar, cujo propósito é fomentar o desenvolvimento sustentável mediante mobilização, articulação, construção colaborativa e gestão participativa (BENI, 2012). O *cluster* caracteriza-se como um agrupamento de empresas e instituições que se constitui em redes de cooperação. Não existe precisão em como os *clusters* se formam, mas, em parte, tem proximidade com as condições locais, as demandas e os negócios relacionados (OLAVE, AMATO NETO, 2001).

Trazendo estes conceitos para o turismo, Beni (2012) afirma que o *cluster* turístico compreende um conjunto de atrativos localizados em um espaço geográfico, contendo equipamentos, instalações e serviços e qualidade. Estes, possuem coesão social e política, exercendo articulação e formação de redes de empresas com o objetivo de gerar vantagens competitivas. Tal conjunto requer ações dinâmicas com esforço coletivo e engajamento dos atores sociais e agentes institucionais, com interação e sinergia necessárias para o desenvolvimento sustentável do arranjo produtivo (BENI, 2012).

Os princípios do desenvolvimento local estão diretamente ligados aos arranjos produtivos existentes na região e, quanto maior a cooperação entre os *stakeholders*, mais benéficos serão os resultados para o grupo. Assim, pode-se reforçar o potencial da atividade turística para contribuir com a melhoria de índices que representam o desenvolvimento local. A seguir detalha-se o enoturismo, para então, aprofundar sobre a relação entre turismo, vinho e ferrovia na perspectiva do desenvolvimento local e regional.

## **Enoturismo**

Vinho e turismo são dois produtos diferenciados pela sua identidade regional (HALL et al., 2002). No caso do vinho, tem-se a origem geográfica de produção da bebida, que pode ser reconhecida e diferenciada através de controles de certificação (indicações geográficas). O turismo também é ancorado e promovido pelas atrações locais e regionais. Assim, conforme os autores, a relação entre vinho e turismo é significativa, sobretudo ao nível regional, no que tange a marca de produtos, a promoção e o desenvolvimento econômico de destinos turísticos. Neste sentido, o enoturismo é um importante segmento de diferenciação e desenvolvimento para ambos os setores, vinho e turismo, e tem o potencial de gerar ganhos ao nível das cadeias produtivas locais e regionais.

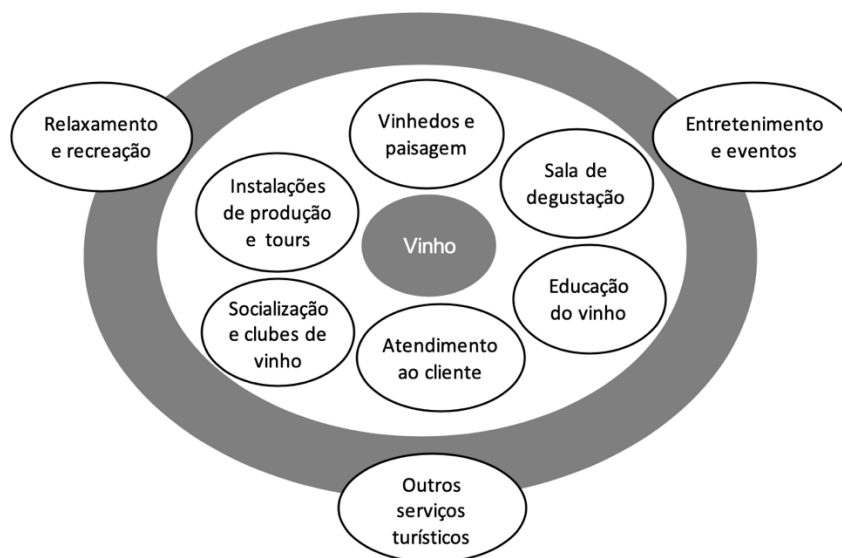
Existe um consenso no entendimento que o enoturismo é uma forma de conhecer, desfrutar e compartilhar experiências em torno das culturas, materiais e imateriais, do vinho e da gastronomia autóctone (RECEVIN, 2016). Neste sentido, elementos como a paisagem e a gastronomia local, além do vinho, assumem importância (TONINI, LAVANDOSKI, 2011). No que tange à gastronomia, pesquisas sobre a relação entre viagens de enoturismo e seu envolvimento com vinho e a comida tem demonstrado a força destes dois elementos na motivação, satisfação ou experiência destes turistas (BROCHADO, STOLERIU, LUPU, 2019; GETZ, BROWN, 2006; SPARKS, 2007).



Um documento norteador para o planejamento de regiões e destinos de enoturismo é a Carta Europeia de Enoturismo, estabelecida pela Rede Europeia das Cidades do Vinho (RECEVIN, 2016), cujo objetivo é promover o enoturismo que respeite os princípios do desenvolvimento sustentável, em ações conjuntas com os setores vitivinícola, turístico e com outros setores econômicos e autoridades locais. Este princípio passa por compreender o ecossistema do enoturismo composto por três pilares: turismo, território e cultura do vinho, que deve ser sustentado por políticas focadas nos recursos endógenos (RECEVIN, 2016). Neste sentido, têm-se a uva e o vinho como parte de um patrimônio cultural ligado à história, que assume importância econômica, social e cultural para as diferentes regiões vinícolas.

A promoção e a atratividade de uma região vitivinícola requerem uma série de serviços principal e suplementares que são essenciais para as decisões de visitar ou revisitar uma vinícola ou região produtora de vinhos (BYRD et al., 2016). O modelo desenvolvido para a indústria vinícola da Carolina do Norte (Figura 1), mas que pode ser replicado em outras regiões – inclusive na Região Uva e Vinho, contém o vinho como produto principal (nível central) e um conjunto de nove serviços suplementares (segundo e terceiro nível). O terceiro nível, diferente dos demais, não pode ser oferecido somente pela indústria vitivinícola; ao contrário, necessita envolver toda a cadeia produtiva do turismo local e/ou regional, a exemplo dos serviços de transporte, hospedagem e de entretenimento. Assim, é fundamental discutir a temática apontada no desenvolvimento local e regional.

FIGURA 1- SERVIÇOS PRINCIPAL E SUPLEMENTARES NA REGIÃO VITIVINÍCOLA



Fonte: Byrd et al. (2016, p. 22) (tradução dos autores)

A pesquisa de Byrd et al. (2016) também analisou os atributos do destino que são importantes na decisão de visitar uma região vitivinícola, os quais se relacionam com a perspectiva do desenvolvimento local e regional e envolvem: a) região vitivinícola próxima do domicílio; b) existência de um grande número de vinícolas para visitar nas proximidades; c) restaurantes requintados; d) boa sinalização para as vinícolas; e) hospedagem com preços moderados; f) ampla variedade de atrações regionais; g) comércio de produtos agrícolas locais; h) artes e artesanato locais; i) pacotes de férias oferecidos para a região; j) ampla gama de atividades para crianças. Além disso, é mister observar a qualidade do atendimento ao cliente nas decisões de compra e futuras intenções de revistar ou repetir a experiência (BYRD et al., 2016).

Estudos de demanda turística em regiões vitivinícolas salientam que os turistas preferem destinos que oferecem uma ampla variedade de atrações culturais e ao ar livre (GETZ, BROWN, 2006). Nos estudos motivacionais sobre o enoturismo existe uma série de atributos relacionados à oferta e/ou ao destino (fatores “pull”) como: a paisagem, eventos e serviços diversos (ex:

restaurantes, transporte); e atributos internos relacionados aos turistas (fatores “*push*”) como: entretenimento, aprender sobre vinho e gastronomia, socializar, entre outros, que influenciam seus deslocamentos e intenções de compra (GETZ, BROWN, 2006; SPARKS, 2007).

Para Getz e Brown (2006) a experiência de viagem relacionada ao vinho reúne “produtos essenciais do vinho”, “recursos essenciais do destino” e “experiências culturais relacionadas”. Algumas pesquisas revelam que experiências relacionadas às dimensões de educação e entretenimento se destacam para o caso do enoturismo (THANH, KIROVA, 2018; QUADRI-FELITTI, FIORE, 2016). Portanto, experiência é outra variável e fonte de análise interessante para observar a importância dos atributos nas regiões produtoras de vinho. Além disso, podem contribuir para o planejamento dos destinos e, conseqüentemente, com o desenvolvimento local e regional. A seguir é detalhada a relação entre turismo e vinho na perspectiva da interface com a ferrovia.

### **Turismo, vinho e ferrovia**

O transporte ferroviário exclusivo para fins turísticos foi classificado por Palhares (2002) como cênico e nostálgico. Page (2008) explicou que em alguns casos a experiência de transportes pode ser a própria experiência turística, e os trens turísticos são exemplos disto. Sobre o aspecto cênico, esse se conecta diretamente com as paisagens e as tecnologias empregadas. Assim, a força motriz, ao influir na velocidade também se relaciona com a paisagem (FRAGA, BOTELHO, 2016). De acordo com Fraga e Botelho (2016) há um grande potencial para o desenvolvimento do *Slow Rail Travel* (SRT) no Brasil, isto é, a viagem ferroviária lenta, que permite a apreciação da paisagem num ritmo mais calmo.

Uma vez que há uma evolução tecnológica que permite, na atualidade, o uso de trens como os de alta e altíssima velocidade para os mais diversos fins, os trens turísticos quando se utilizam da locomotiva a vapor (mais conhecida no Brasil como maria fumaça) tem o aspecto nostálgico como

atributo chave da experiência de transportes como experiência turística (FRAGA, 2011). A nostalgia remonta a uma volta ao passado e tem relação direta com o sentido de pertencimento. Isso pode ser verificado na pesquisa “O perfil dos clientes de trens turísticos e culturais: percepções e comportamentos dos turistas” publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pela ABOTTC, em 2015, pois há respostas nesse estudo, tais como: o fato de se gostar do “cheiro da fumaça” por esse lembrar dos “trens antigos”, ou seja, o pertencimento a uma época que é ativado pela memória (SEBRAE, ABOTTC, 2015b).

Por outro lado, há também a busca pelo novo, pelo diferente. Nesta mesma publicação, com relação aos sabores, a busca por se conhecer “sabores da culinária típica” do local visitado é um ponto que chama a atenção e evidencia a conexão entre turismo, ferrovia e gastronomia de maneira mais contundente (SEBRAE, ABOTTC, 2015b).

Lavandoski e Lanzer (2012) destacam o fator de atratividade da paisagem vitivinícola no Vale dos Vinhedos, principal destino de enoturismo brasileiro e localizado na Região Uva e Vinho, no Rio Grande do Sul (RS), onde há ferrovia e parte do trajeto do passeio de Maria Fumaça (que envolve os municípios de Garibaldi, Bento Gonçalves e Carlos Barbosa).

O estudo de Debenetti (2015) é mais específico quanto a relação entre turismo, vinho e ferrovia, pois analisou as percepções dos turistas sobre os atrativos e serviços no passeio da Maria Fumaça (RS), identificando que as animações culturais e lúdicas se constituem no diferencial do passeio e proporcionam diversão, interação e cultura aos participantes. Castro e Fraga (2016) citaram essa maria fumaça para explicar que há espaço para estratégias de *branding*, ou seja, àquelas que podem valorizar as identidades locais.

Paula e Mecca (2016, p.397) estudaram o significado do *souvenir* turístico para turistas que fizeram o passeio da Maria Fumaça. Nessa pesquisa ficou evidente que, a respeito dos “(...) produtos comprados o vinho teve grande destaque”. Outras constatações de conexão entre turismo, vinho e ferrovia na literatura estão nos estudos de Paula e Mecca (2018), que pesquisaram sobre “os *souvenirs* gastronômicos comercializados na estação do passeio de trem “Maria Fumaça”, em Bento Gonçalves/RS” (p.117) e identificaram “como os produtores dos *souvenirs* gastronômicos da região turística “Uva e Vinho” valorizam, preservam e promovem a cultura local” (p.125). Cabe destacar

também, o trabalho sobre conexões entre turismo ferroviário e base comunitária de Fraga e Borges (2018), que consideram o Trem do Vinho dentre um dos dez casos analisados.

A partir desses estudos fica evidente o papel desta interface entre vinho e ferrovia no desenvolvimento local e regional do turismo. A seguir é detalhada a metodologia do presente trabalho.

## METODOLOGIA

O estudo é exploratório e descritivo, sendo realizado a partir de pesquisa bibliográfica sobre desenvolvimento local e regional, enoturismo e ferrovia, que permitiu uma revisão narrativa para a fundamentação teórico-conceitual sobre a temática. Depois foram empreendidos três procedimentos: (a) coleta e organização dos comentários (*online travel reviews - OTRs*), disponíveis no *website* TripAdvisor, no período de 7 anos (comentários publicados entre março/2013<sup>6</sup> e abril/2020) (TRIPADVISOR, 2020), por meio do *software* ParseHub (versão 54.0.1); (b) elaboração das análises textuais com o uso do *software* Iramuteq (versão 0.7 alpha 2, *open source*); (c) representação geográfica da área de estudo, a Região Uva e Vinho, no Rio Grande do Sul (RS), Brasil, com o auxílio do *software* QGis (versão 3.8 Zanzibar, *open source*).

A definição dos comentários adotou como critério o idioma português, sem tradução, excluindo-se comentários em outros idiomas. Para as análises textuais foi elaborado um *corpus* textual a partir da codificação dos 1.669 comentários. A codificação e o arquivo foram transformados em formato “txt”. Foi realizada uma série de ajustes no banco de dados que forma o *corpus* textual, os quais envolveram correção gramatical; exclusão de *emoticons*; padronização de termos e de nomes próprios; correção de palavras abreviadas, pontuação e números.

Para a elaboração da Análise de Similitude e da Nuvem de Palavras foram estabelecidas palavras com repetição igual ou maior que cinquenta (50) vezes, permitindo, assim, maior visualização das coocorrências e frequências de palavras (SALVIATI, 2017). Este critério é

---

<sup>6</sup> Março de 2013 é a data de publicação no *website* TripAdvisor do primeiro comentário online no idioma português.

frequentemente utilizado em estudos ou manuais deste *software* (NASCIMENTO FILHO, FLORES, LIMBERGER, 2019; SALVIATI, 2017). Embora seja mais simples, a Nuvem de Palavras tem sido utilizada em estudos sobre *Online Travel Reviews* (OTRs), a exemplo do estudo de Nascimento Filho et al. (2019).

Já na abordagem geográfica, o tratamento dos dados foi realizado com o auxílio do *software* QGis. Esse permitiu apresentar a área geográfica de interesse deste estudo de maneira detalhada, considerando:

(a) malha ferroviária de acordo com os dados da fonte Brasil (2019c);

(b) os municípios do Rio Grande do Sul, localizados na Região Sul do Brasil, a partir de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e da marcação dos 29 municípios que compõem a Região Turística Uva e Vinho, de acordo com dados do Mapa do Turismo Brasileiro (2019-2021) e Brasil (2020a).

Para além disto, ainda de acordo com o referido Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2020a), foi indicada a categorização dos municípios (A, B, C, D, E). É relevante destacar que a categorização se relaciona com cinco variáveis: (1) Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem; (2) Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem; (3) Quantidade de visitantes domésticos; (4) Quantidade de visitantes internacionais; (5) Arrecadações de impostos federais a partir dos meios de hospedagem (BRASIL 2019d, p. 3). Sendo um instrumento relevante para a economia relativa ao turismo e para a tomada de decisão com relação as políticas com base nas especificidades de cada município (BRASIL, 2019d).

Logo, a partir dos resultados e discussões, será possível compreender como vinho e ferrovia se conectam tanto na perspectiva textual, quanto na perspectiva geográfica, configurando esse estudo como multidisciplinar e um passo inicial para se compreender as complexidades de um nicho de mercado, o turismo enoferroviário.

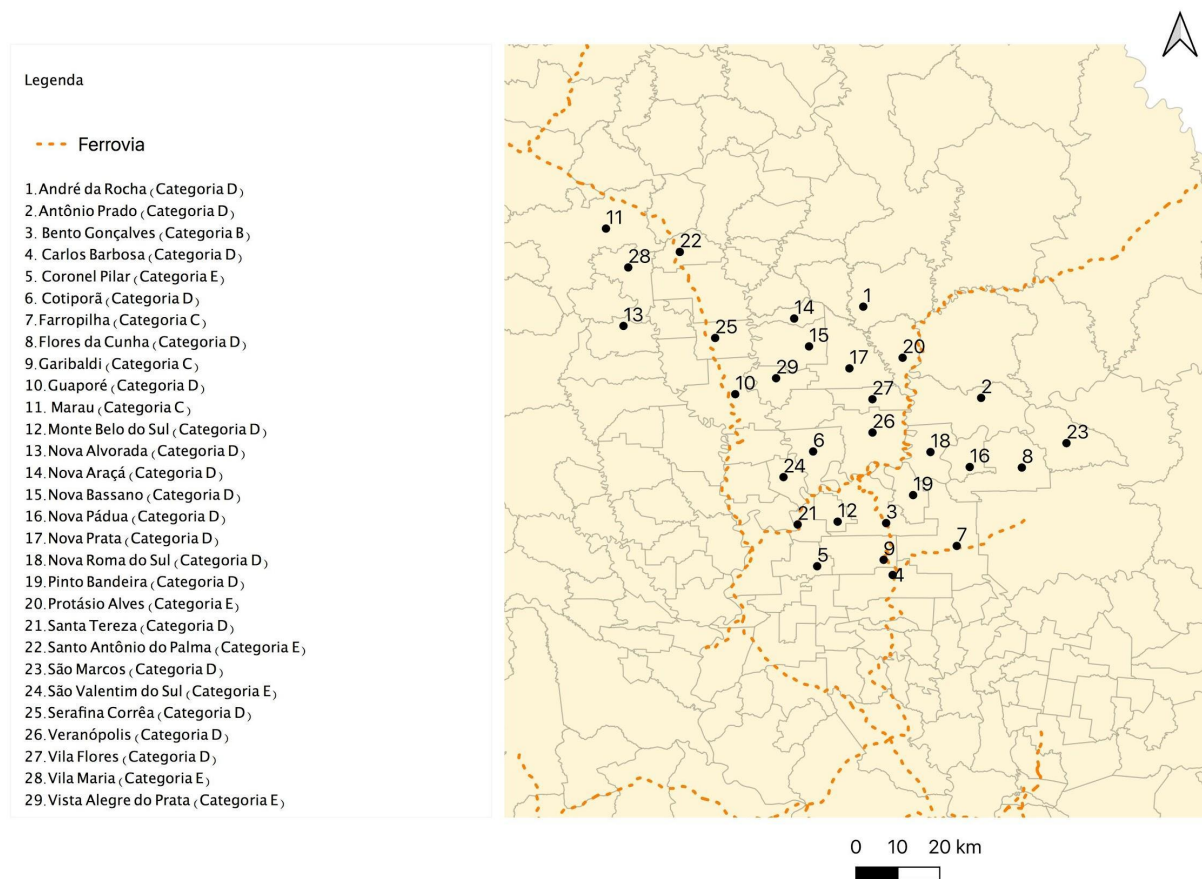
## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estado do Rio Grande do Sul, localizado na região sul do Brasil, apresenta 16 Instâncias de Governanças formalizadas, sendo a Associação de Turismo da Serra Nordeste (Atuaserra) atuante na Região Turística Uva e Vinho (BRASIL, 2019e). Com base nos objetivos do presente artigo, é possível identificar a relação existente entre a Maria Fumaça e o desenvolvimento local, visto o papel de destaque deste atrativo no incremento do turismo na região, que é expresso pelo crescente número de turistas que frequentam a cidade e os seus atrativos turísticos. No ano de 2019 foram mais de 1,6 milhões de visitantes no município de Bento Gonçalves (sede da Maria Fumaça), o que representa 150% a mais em relação aos últimos oito anos. A maior procura estava nos atrativos urbanos (58% dos visitantes), que contemplam entre museus e monumentos, a Maria Fumaça (PREFEITURA DE BENTO GONÇALVES, 2020).

De acordo com Marini et al. (2012) e com as características dos empreendimentos da região, tem-se o APL Uva e Vinho (Serra Gaúcha), formado pelos municípios de Bento Gonçalves, Canela, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Gramado e Veranópolis, sendo a maior região vitícola do país (SEHNEM, 2010). Conforme Sehnem (2010), este APL é formado, predominantemente, de pequenas propriedades - em torno de 15 mil viticultores - pouco mecanizadas devido à topografia, sendo micro e pequenas empresas (mais de 600 vinícolas). A mão de obra familiar ainda é a mais frequente. Como parte do APL Uva e Vinho, os empreendimentos turísticos vêm ganhando destaque, trabalhando de forma conjunta para fortalecer o enoturismo.

Diante deste contexto, três municípios desta região turística são parte do trajeto de um passeio de Maria Fumaça, a saber: Bento Gonçalves, Carlos Barbosa e Garibaldi, identificados respectivamente como os municípios de número 3, 4 e 9, na Figura 2. Essa Figura identifica a localização geográfica dos 29 municípios, com a informação da respectiva categoria destes com base no Mapa do Turismo Brasileiro, além do trajeto ferroviário existente nesta região turística.

FIGURA 2 - MUNICÍPIOS DA REGIÃO TURÍSTICA UVA E VINHO E FERROVIA NO RIO GRANDE DO SUL (RS) - BRASIL



Fonte: Elaboração própria a partir do *software* QGis utilizando dados do IBGE (2019) BRASIL (2020a) e BRASIL (2019c).

É relevante destacar a força que a cidade de Bento Gonçalves tem para a região turística em questão, pois é categoria “B”, sendo Carlos Barbosa “D” e Garibaldi “C”. Como a maioria dos municípios são categorizados como “D” e “E”, ou seja, tem menos força para a atração do turismo, parece ser o trajeto ferroviário e suas paradas nos respectivos municípios, um importante impulsionador da economia local.

Nota-se ainda, na Figura 2, que há a relação entre ferrovia em outros municípios, além dos que fazem parte da operação da Maria Fumaça. Assim, a implantação de outros trens turísticos é uma possibilidade, e isto fica evidente, também, no Guia de Trens Turísticos e Culturais (SEBRAE, ABOTTC, 2015a).



Especificamente sobre a Maria Fumaça, uma forma de caracterizar a experiência oferecida nessa é através da literatura sobre enoturismo. Brochado et al. (2019) e Quadri-Felitti e Fiore (2016) elencam categorias para analisar a experiência enoturística, tais como: experiência de entretenimento, estética e de escape, entre outras. Conforme dados do SEBRAE e ABOTTC (2015a) nota-se que a Maria Fumaça oferece uma experiência de entretenimento, envolvendo os turistas nas performances musicais e artísticas que acontecem nos carros de passageiros (habitualmente chamados de vagões) e nas paradas nas cidades (Carlos Barbosa, Garibaldi e Bento Gonçalves) no Rio Grande do Sul. Também, confere uma experiência estética, pois os turistas estão imersos em um ambiente sensual em termos de beleza e singularidade conferidas pela paisagem, pelo contato com a natureza e na degustação dos produtos locais, que é vivenciada durante o trajeto do passeio. Além disso, é uma experiência de escape, no sentido de envolvê-los, participando ativamente nas atividades culturais (de música, dança e teatro) e sensoriais (degustando os produtos, sentindo o cheiro e ouvindo o barulho da locomotiva, conhecendo a história dos imigrantes italianos na região, observando a paisagem da janela da maria fumaça), ao longo de todo o trajeto.

A Maria Fumaça tem o potencial de atrair um público amplo em termos de motivação e perfil, inclusive famílias com crianças. As motivações estão associadas tanto aos fatores internos como externos, do destino (fatores “*push*” e “*pull*”) (GETZ, BROWN, 2006; SPARKS, 2007). Neste sentido, as experiências proporcionadas no passeio se referem às dimensões educativa e de entretenimento, identificadas como relevantes na literatura (THANH, KIROVA, 2018; QUADRI-FELITTI, FIORE, 2016).

As análises textuais apresentadas a seguir, com o uso do *software* Iramuteq, foram desenvolvidas considerando a importância de se compreender a frequência e a posição das palavras, a conexão entre as palavras e aquelas que parecem ser palavras-chave para o estudo em questão.

A Figura 3 apresenta a Nuvem de Palavras do *corpus* textual relativo aos comentários *online* da Maria Fumaça. Os termos em destaque, com sua respectiva frequência de citação no *corpus* são: passeio (n=2.695); trem (n=1.527); muito (n=1.392); vinho (n=1.115); fumaça (n= 826); maria (n= 819); degustação (n=795); italiano (n=647); vinícola (n=543).

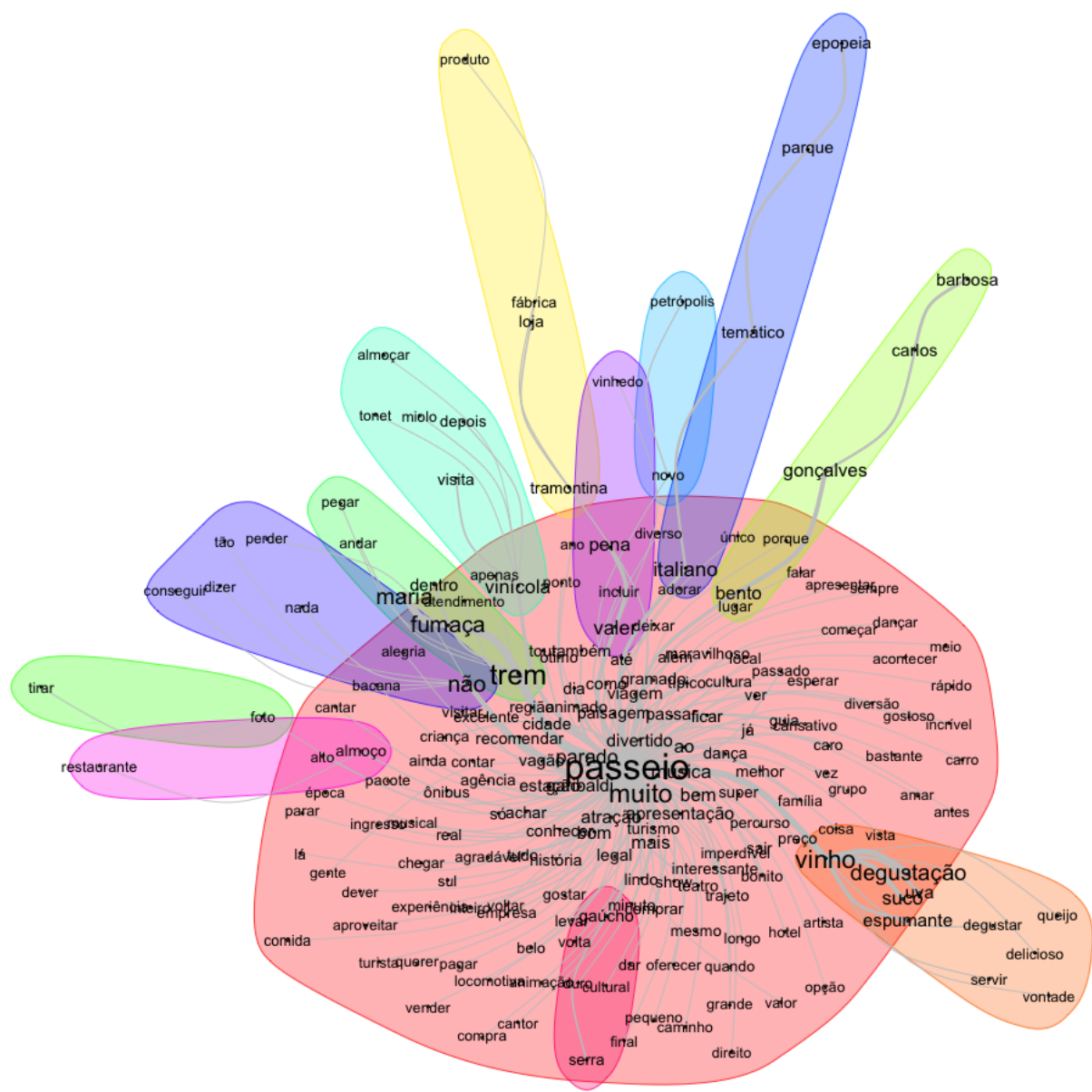


termos: “degustação”, “apresentação”, “temático”, “vinícola”, “suco”, “música”, “uva”, entre outros.

Embora este trabalho não tenha o intuito de analisar especificamente os comentários positivos, neutros ou negativos, observa-se que alguns termos retratam a avaliação positiva relacionada a satisfação pelo serviço prestado, tais como “valer a pena”, “divertido”, “legal”, “interessante”.

O próximo *output*, a Análise de Similitude, baseia-se na Teoria dos Grafos, a partir da qual é possível compreender as comunidades de palavras por halos e, assim, permitir uma avaliação mais completa das palavras e das relações entre elas. A Figura 4 apresenta a Análise de Similitude com base nas OTRs.

FIGURA 4 - ANÁLISE DE SIMILITUDE



Fonte: Elaboração própria a partir do uso do Iramuteq versão 0.7 alpha 2

Identifica-se um total de treze halos. O halo central, maior em termos de tamanho e de quantidade de palavras agrupadas, tem em destaque o termo “passeio”, e conecta-se com os demais halos menores. Outros termos também são expressivos e estão relacionados ao termo em destaque e, além disso, representam halos específicos, tais como: “trem”, “maria”, “fumaça”, “vinícola”, “italiano”, “vinho”, “degustação” e “suco”. Todas estas palavras demonstram a conexão entre

vinho, turismo, ferrovia e desenvolvimento local e regional, conforme identificado no referencial teórico. Procurando identificar coocorrência de palavras, a partir dos halos menores presentes na Figura 4, pode-se identificar sete aspectos conectando vinho, enoturismo e ferrovia, na perspectiva do desenvolvimento local e regional do turismo:

- (1) Características do modo de transporte, como os termos: “trem”, “maria”, “fumaça”.
- (2) As três cidades visitadas no trajeto percorrido pelo trem (Bento Gonçalves, Carlos Barbosa e Garibaldi).
- (3) Cidades turísticas próximas, tais como: “Petrópolis” e “Gramado”, que pertencem a outra região serrana do Rio Grande do Sul, a Região das Hortênsias.
- (4) Outros atrativos turísticos localizados nas cidades que compõem a Região Uva e Vinho, tais como: Fábrica e Loja da Tramontina na cidade de Carlos Barbosa, Parque Temático Epopéia Italiana em Bento Gonçalves, vinícolas, vinhedos, restaurantes. Isto pode ser explicado pelo fato de muitas agências de viagens e operadoras turísticas comercializarem um pacote turístico com outros atrativos, além do Trem do Vinho e, portanto, serem incluídos na experiência do visitante e do turista.
- (5) Atrações/características gastronômicas do produto turístico Trem do Vinho, tais como: degustação de sucos, vinhos, espumantes e queijos.
- (6) Atributos avaliativos do usuário sobre o produto turístico que podem ser identificados nos termos: “bacana”, “alegria”, “conseguir”, “vale”, “pegar”, “perder”, “tão”, entre outros.
- (7) A prestação de serviço (aspectos do atendimento): “servir” e “vontade”, fazendo referência ao serviço à americana, ou também conhecido como *self service*, ou ainda, *buffet*, onde o cliente pode se servir à vontade, a partir de alimentos expostos em uma mesa.

Analisando as Figuras 3 e 4, pode-se identificar vários dos serviços principal e suplementares (Figura 1) que configuram, qualificam e diferenciam este passeio, no âmbito da região turística na qual está inserido, tais como os serviços de: entretenimento, educação e degustação do vinho, atendimento ao cliente, relaxamento e recreação. Conforme, Byrd et al.

(2016), para o enoturismo, é essencial não só observar os serviços, mas os atributos dos destinos que influenciam decisões, escolhas e a experiência dos turistas.

Neste sentido, os sete aspectos identificados através das análises *online* reúnem os três atributos das experiências de viagem relacionadas ao vinho, identificados por Getz e Brown (2006), que são: produtos essenciais do vinho; recursos essenciais do destino; experiências culturais relacionadas. Portanto, através dos resultados e das discussões a respeito da Maria Fumaça (ferrovia), observa-se que recursos endógenos relativos: (1) à gastronomia (incluindo alimentos e bebidas derivados da uva e outros); (2) à herança cultural italiana; (3) ao território, são indutores do desenvolvimento local e regional, pois juntos representam a vocação turística desta região se retro influenciando (vinho e ferrovia). Assim, através dos comentários analisados (OTRs), é possível reforçar a importância dos três pilares do ecossistema do enoturismo (turismo, território e cultura do vinho) (RECEVIN, 2016), indicando possibilidades para um nicho de mercado com força para fortalecer o APL Local Uva e Vinho, o turismo enoferroviário.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa procurou analisar a relação entre vinho e ferrovia a partir da Maria Fumaça, localizada na Região Turística Uva e Vinho, pela perspectiva do desenvolvimento local e regional do turismo. O objetivo do estudo foi alcançado por meio da análise de 1.669 comentários *online* (OTRs) de visitantes e turistas, disponíveis no *website* TripAdvisor sobre o passeio no Trem do Vinho Maria Fumaça. Foi possível identificar conexões entre vinho, enoturismo, ferrovia e desenvolvimento local e regional, a partir das abordagens geográfica e textuais.

Os resultados deste trabalho contribuem para futuras estratégias de governanças envolvendo destinos enoturísticos e a Maria Fumaça enquanto atração turística, bem como permite o avanço do conhecimento epistemológico sobre um nicho de mercado: o turismo enoferroviário no Brasil. A literatura científica ainda apresenta lacunas a serem investigadas sobre este segmento, apesar de existirem várias regiões de enoturismo no mundo que combinam atrativos da ferrovia (exemplo

Napa Valley e San Diego, entre outras). Outra contribuição deste estudo é, a partir de OTRs, fornecer reflexões que podem ser aplicadas ao desenvolvimento turístico e ao marketing de destinos vitivinícolas.

Dentre as limitações, este estudo não considerou na amostra os comentários *online* em outros idiomas. O *software* utilizado para as análises, o Iramuteq, não permite analisar conjuntamente mais de um idioma no *corpus* textual. Sendo assim, futuros estudos podem explorar estes comentários, ampliando o entendimento sobre como a relação entre vinho e ferrovia é tratada na perspectiva do desenvolvimento local e regional. Ainda sobre futuros estudos, estes podem se concentrar na relação entre as vinícolas e a ferrovia, independente da oferta de trens turísticos, pois o patrimônio ferroviário da região (estações ferroviárias, entre outros), também podem fazer parte do nicho do turismo enoferroviário, que agrega tanto turistas interessados em ferrovia, quanto turistas interessados por vinho, potencializando um ao outro e impulsionando o nicho do turismo enoferroviário.

## REFERÊNCIAS

ABOTTC. **Trem do Vinho**. 2017. Disponível em: <<http://www.abottc.com.br/trem-do-vinho/>>. Acesso em: 2 jun. 2020.

ALMEIDA, Jalcione. Da ideologia do progresso à idéia de desenvolvimento (rural) sustentável. In: ALMEIDA Jalcione; NAVARRO, Zander. **Reconstruindo a agricultura** – idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. São Paulo: Editora Manole, 2012.

BRASIL. Presidência da República. **Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008**. Brasília, DF, 2008. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm)>. Acesso em: 8 jun. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo. Regionalização: sensibilização e mobilização**, p. 1-41. Brasília, DF, 2019a. Disponível em: <[http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=184:mtur-publica-nova-cartilha-do-programa-de-regionalizacao-do-turismo&catid=17&Itemid=121](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=184:mtur-publica-nova-cartilha-do-programa-de-regionalizacao-do-turismo&catid=17&Itemid=121)>. Acesso em: 8 jun. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **PRT+Integrado**. Atualizado em 15.08.2019. Brasília, DF, 2019b. Disponível em: <[http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=200&Itemid=311](http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=200&Itemid=311)>. Acesso em: 03 jun. 2020.

BRASIL. Ministério de Infraestrutura. **Mapas bases dos modos de transportes. Ferroviário**. Última atualização em 05 ago. 2019. Brasília, DF, 2019c. Disponível em: <<http://www.infraestrutura.gov.br/component/content/article/63-bit/5124-bitpublic.html#mapferro>>. Acesso em: 3 jun. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo. Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro Perguntas e Respostas**. Brasília, DF, 2019d. Disponível em: <[http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas\\_espostas\\_Categorizacao\\_2019.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas_espostas_Categorizacao_2019.pdf)>. Acesso em: 03 jun. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Regionalização**. Brasília, DF, 2019e. Disponível em: <<http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/C%C3%B3pia%20de%20C%C3%B3pia%20de%20IGR%202019-PORTAL.pdf>>. Acesso em: 08 jul. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo 2019-2021**. Brasília, DF, 2020a. Disponível em: <<http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso em: 2 jun. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Governanças - PRT**. Brasília, DF, 2020b. Disponível em: <[http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=216&Itemid=315](http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=216&Itemid=315)>. Acesso em: 03 jun. 2020.

BROCHADO, Ana; STOLERIU, Oana; LUPU, Cristina. Wine tourism: a multisensory experience. **Current Issues in Tourism**, p. 1–19, 2019.



BYRD, Erick T.; CANZIANI, Bonnie; HSIEH, Yu-Chin; DEBBAGE, Keith; SONMEZ, Sevil. Wine tourism: motivations visitor through core and supplementary services. **Tourism Management**, v. 52, p. 19-29, 2016.

CORIOLOANO, Luzia Neide. A contribuição do turismo para o desenvolvimento local. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni; QUEIROZ, Odaléia Telles M.M. (Orgs.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

CASTRO, Rafael; FRAGA, Carla. **Reflexões preliminares sobre estratégias de Branding relacionadas ao turismo ferroviário no contexto da regionalização do turismo no Brasil**. Anais do Seminário da ANPTUR, 2016. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/529.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2020.

DEBENETTI, Valdete Elza Spindler. Passeio de Trem Maria-Fumaça: um exemplo de turismo cultural e de lazer. Estudo das percepções dos turistas. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, v. 2, n. 1, p. 1-17, 2015.

ELLIS, Frank; BIGGS, Stephen. Evolving themes in rural development 1950s-2000s. **Development Policy Review**, New York, v. 19, n. 4, p. 437-448, 2001.

EMBRAPA UVA E VINHO. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Viticultura brasileira: panorama 2018**. Comunicado Técnico nº 210, Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, outubro, 2019. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/203100/1/Comunicado-Tecnico-210.pdf>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

EMBRAPA UVA E VINHO; IBRAVIN. **Cadastro Vitícola 2013-2015**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/cadastro-viticola/rs-2013-2015/dados/home.html>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

FRAGA, Carla Conceição Lana. **Contribuição metodológica para implantação de trens turísticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Programa de Engenharia de Transportes/COPPE/UFRJ. 2011 Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

FRAGA, Carla Conceição Lana; BORGES, Vera Lúcia Bogéa. Turismo Ferroviário e de Base Comunitária: algumas conexões para o planejamento e a gestão. **Caderno Virtual de Turismo**. Dossiê Temático: II Seminário Nacional de Turismo e Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 28-39, abr. 2018.

FRAGA, Carla Conceição Lana; BOTELHO, Eloise Silveira. Slow Travel: Uma análise da relação entre ferrovia, meio ambiente e turismo no Brasil. **Dos Algarves**, v. 1, p. 137-155, 2016.

GETZ, Donald; BROWN, Graham. Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. **Tourism Management**, v. 27, n. 1, p. 146–158, 2006.

HALL, Colin Michael; JOHNSON, Gary; MITCHELL, Richard. Wine tourism and regional development. In: HALL, Colin Michael; SHARPLES, Liz; CAMBOURNE, Brock; MACIONIS, Niki. **Wine tourism around the world: development, management and markets**. Butterworth Heinemann: Oxford, p. 196-225, 2002.

IBGE. **Malha Municipal. Rio Grande do Sul**. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estrutura-territorial/15774-malhas.html?=&t=downloads>>. Acesso em: 2 jun. 2020.

LAVANDOSKI, Joice; TONINI, Hernanda; BARRETTO, Margarita. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 6, n. 2, p. 90-106, 2012.

LAVANDOSKI, Joice; LANZER, Rosane Maria. A paisagem como atrativo para o visitante do Vale dos Vinhedos, Sul do Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 17/18, p. 774-786, 2012.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MARINI, Marcos Junior; DA SILVA, Christian; DO NASCIMENTO, Décio; DO ROCIO STRAUHS, Faimara. Avaliação da contribuição de arranjos produtivos locais para o desenvolvimento local. **Biblio 3w: revista bibliográfica de geografia y ciencias sociales**, v. 17, 2012.

NASCIMENTO FILHO, Francisco Barbosa do; FLORES, Luiz Carlos da Silva; LIMBERGER, Pablo Flôres. Análise do posicionamento dos restaurantes de São Paulo estrelados pelo guia Michelin com base nas On-line Travel Reviews (OTRS). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, n. 2, p. 1-15, 2019.

OLAVE, Maria Elena León; AMATO NETO, João. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Gestão & Produção**, v. 8, n. 3, p. 289-318, 2001.

ONU. Organização das Nações Unidas. **17 objetivos para transformar o nosso mundo**. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

PAGE, Stephen J. **Transportes e Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes Turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.

PAULA, Tauana Macedo de; MECCA, Marlei Salete. Significados do souvenir turístico atribuídos pelos turistas do passeio de trem “Maria Fumaça”, estação de Bento Gonçalves/RS. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 18, n. 2, p. 378-404, 2016.

PAULA, Tauana Macedo; MECCA, Marlei Salete. Valorização, preservação e promoção da cultura local através da economia criativa: o caso da produção do souvenir gastronômico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 18, n. 2, 2018.

PREFEITURA DE BENTO GONÇALVES. 2020. Disponível em: <https://bento.tur.br/reuniao-do-trade-turistico-e-comtur-apresenta-planejamento-de-aco-es-para-2020/>. Acesso em: 3 jun. 2020.

QUADRI-FELITTI, Donna; FIORE, Ann Marie. Wine tourism suppliers’ and visitors’ experiential priorities. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 28, n.2, p. 397-417, 2016.

RECEVIN. Rede Europeia de Cidades do Vinho. **Carta Europeia del Enoturismo**. 2016. Disponível em: <[http://www.recevin.net/downloads/Charte\\_ES.pdf](http://www.recevin.net/downloads/Charte_ES.pdf)>. Acesso em: 3 jun. 2020.

SACHS, Ignacy. Em busca de novas estratégias de desenvolvimento. **Estudos Avançados**. São Paulo, v. 25, n. 9, p. 29-63, 1995.

SALVIATI, Maria Elisabeth. **Manual do Aplicativo Iramuteq**. Planaltina. Março de 2017. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>. Acesso em: 04 jun. 2020.

SEHNEM, Alyne; BERTOLINI; Adriana Locatelli; UVEDA, Valdecir Pereira; BARCELLOS, Paulo Fernando Pinto. Estratégia e competitividade sistêmica: estudo de caso do setor vitivinícola da serra gaúcha. **Race**, Unoesc, v. 9, n. 1-2, p. 67-90, 2010.

SPARKS, Beverley. Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. **Tourism Management**, v. 28, n. 5, p. 1180–1192, 2007.

SANTOS, Elinaldo Leal; BRAGA, Vitor; SANTOS, Reginaldo Souza; BRAGA, Alexandra Maria da Silva. Desenvolvimento: um conceito multidimensional. **DRd – Desenvolvimento Regional em Debate**, Ano 2, n. 1, jul. 2012.

SEBRAE, ABOTTC. **Guia de Trens Turísticos e Culturais do Brasil**. 2015a. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/1e1cfdcbdf6b1a45ce04e7999efad58a/\\$File/7250.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1e1cfdcbdf6b1a45ce04e7999efad58a/$File/7250.pdf). Acesso em: 04 jun. 2020.

SEBRAE, ABOTTC. O Perfil dos Clientes dos Trens Turísticos e Culturais: Percepções e Comportamentos dos Turistas. **Relatório de Pesquisa de Grupos Focais**. Abril, 2015b. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/167a1d49c8d75f3b0b717221c3a76e93/\\$File/5888.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/167a1d49c8d75f3b0b717221c3a76e93/$File/5888.pdf). Acesso em: 04 jun. 2020.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

THANH, Tan Vo; KIROVA, Valentina. Wine tourism experience: A netnography study. **Journal of Business Research**, v. 83, p. 30-37, 2018.



TONINI, Hernanda; LAVANDOSKI, Joice. Enoturismo: experiências e sensações no Vale dos Vinhedos (RS). **Revista Turismo em Análise**, v. 22, n. 1, p. 25-43, 2011.

TRIPADVISOR. 2020. Disponível em:  
<[https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g680210-d4004348-Reviews-Maria\\_Fumaca\\_Trem\\_do\\_Vinho-Bento\\_Goncalves\\_State\\_of\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Sul.html#REVIEWS](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g680210-d4004348-Reviews-Maria_Fumaca_Trem_do_Vinho-Bento_Goncalves_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html#REVIEWS)>. Acesso em: 2 mai. 2020.