O turismo *slow* no Brasil: práticas e realidades no segmento de bebidas do país

Slow tourism in Brazil: practices and realities in the alcoholic beverages segment

VANDER VALDUGA * [vandervalduga@gmail.com]

GRAZIELLE UENO ** [grazielle_ueno@yahoo.com.br]

Resumo | Este artigo objetiva promover uma aproximação entre os elementos fundamentais do *slow tourism* e o segmento de bebidas do Brasil, a partir de uma análise exploratória, descritiva e qualitativa da Estrada do Sabor (RS) e da Rota da Cerveja (SC). O conceito ainda em construção do *slow tourism* possui como elementos fundamentais a lentidão, experiência, qualidade e consciência ambiental, fatores que balizaram a análise e interpretação dos atrativos. O estudo evidenciou que existe a partir do universo da bebida, processos de cultivo, produção e consumo, forte associação com os preceitos de lentidão, de vivência e de respeito as tradições. Neste sentido conclui-se que o respeito as particularidades dos lugares e territórios dentro do enoturismo e do turismo de cervejas, somados aos elementos fundamentais do *slow tourism*, emergem como possibilidade e vislumbram novas temporalidades e novas experiências ao turismo.

Palavra-chave | Turismo, *slow tourism*, estrada do sabor, rota da cerveja

Abstract | This article intends to promote a rapprochement between the fundamental elements of slow tourism and Brazil's alcoholic beverage segment, through an exploratory, descriptive and qualitative analysis of the Estrada do Sabor (RS) and the Rota da Cerveja (SC). The still-under-construction concept of slow tourism has as its key elements: slowness, experience, quality and environmental awareness – factors that guided the analysis and the interpretation of the attractions. The study evidenced that there exists from the universe of the drink, processes of cultivation, production and consumption, important association with the principles of slow movement, of living and of respect to the traditions. In

* **Doutor em Geografia** pela UFRGS. **Professor e pesquisador** do Departamento de Turismo e do Mestrado em Turismo da UFPR. **Pesquisador** da Chaire UNESCO Culture et Traditions du Vin, da Universidade da Borgonha/França. **Coordenador** do laboratório *terroir*TUR/UFPR e **líder** do grupo de pesquisa: Enoturismo, Cultura Alimentar, Patrimônio do Vinho e Desenvolvimento.

** **Mestranda em Turismo** pelo PPGTUR – Universidade Federal do Paraná. **Pesquisadora** do laboratório *terroir*TUR/UFPR. Bolsista do CNPq

this sense, it is concluded that the respect for the particularities of places and territories within wine and beer tourism, combined with the key elements of slow tourism, emerge as a possibility and envision new temporalities and new experiences to tourism.

Keywords | Tourism, slow tourism, estrada do sabor, rota da cerveja

1. Introdução

O turismo tem implicações em diversas áreas e níveis de análise, o que permite abordagens sistêmicas como a proposta por Leiper (1979) e interpretações amplas, como o modelo proposto por Jafar Jafari (1983, 1994), num conjunto de plataformas que evidenciaram a interdisciplinaridade do fenômeno. Contudo, apesar de importantes avanços científicos no curso dos últimos 30 anos, o turismo tem significativas limitações epistemológicas, uma vez que não é alheio as mudanças de padrões sociais, crescimento e desenvolvimento. As sociedades modernas sustentaram seu crescimento em modelos econômicos que visam ao aproveitamento majorado de seus recursos, sejam eles de capital, naturais ou humanos, o que nem sempre se reverteu em desenvolvimento e tem tornado as sociedades muito desiguais. Movimentos migratórios recentes atestam disparidades desse modelo de “desenvolvimento”, concentrador e de necessária reflexão.

O campo da hospitalidade e do turismo tem sofrido transformações recentes advindas de alterações nos comportamentos sociais que, por sua vez, são produtos do aumento da velocidade da comunicação, da aceleração do tempo social, das novas tecnologias, de mudanças nos padrões estéticos, comportamentais, de consumo e de capital fluante (Giddens, 1993; Lyotard 1998; Anderson, 1999; Harvey, 2005; Bauman, 2007). O frenesi dessa transição do pós-moderna foi denominado por alguns autores de tempos hipermodernos (Lipovetsky & Charles, 2004; Lipovetsky, 2007).

O conjunto de mudanças nas diferentes esca-

las e a interpretação por parte considerável da literatura de que os modelos tradicionais de crescimento nem sempre têm sido para melhorar a qualidade de vida das populações exigiu um esforço para novas abordagens. Temas como equidade, felicidade, bem-estar, desaceleração/lentidão, pequenas escalas e novas economias têm permitido alguns avanços às teorias sociais e o presente trabalho se filia a essas correntes. Experiências como a do *Slow Food* (Petrini & Padovani, 2005) *Slow City* (*Cittá Slow*) (Mayer & Knox, 2006) tem encorajado novas interpretações em diferentes campos e, especialmente no turismo, o *Slow Tourism* ou Turismo Lento emerge como possibilidade, uma vez que parte das particularidades dos lugares e territórios e visa novas temporalidades e novas experiências de consumo (Mogollón, De Salvo & Di Clemente, 2012).

O turismo enquanto fenômeno social possibilita diversas abordagens em seu processo de cientificação (Jafari, 1983, 1994). Correntes epistemológicas como a funcionalista e posteriormente as vertentes sistêmico-estruturalistas (Cuervo, 1967; Leiper, 1979, 1981, 1995; Sessa, 1983; Molina, 2000; Krippendorf, 2001; Beni, 2004) e mais recentemente, abordagens fenomenológicas (Pannosso Netto, 2007; Szarycz, 2008, 2009; Santos e Yan 2010; Pernecky & Jamal 2010) e baseadas na teoria crítica e da complexidade (Botterill, Gale & Haven, 2003; Tribe, 2008; Dann, 2011; Valduga, 2012; Moesch, 2013) tentaram romper os determinismos no turismo e reposicionaram seu agente central como objeto de estudos. Na perspectiva sistêmica estruturalista a empresa de turismo emergiu como objeto e nas abordagens mais re-

centes advindas da complexidade, o sujeito turístico assume papel central da experiência turística. O presente trabalho adota a corrente da complexidade no turismo que insere o sujeito como agente central. Objetiva identificar e analisar experiências turísticas que se aproximem aos preceitos do *slow tourism* a partir da produção e comercialização do vinho e da cerveja. Essa escolha decorre de que o turismo do vinho – enoturismo, congrega inúmeros elementos territoriais nos espaços de produção e o próprio *slow food* criou um paralelo denominado *slow wine*¹. De maneira similar, no curso dos últimos 10 anos no Brasil, a cerveja, passou por uma intensa melhoria nos seus parâmetros qualitativos, com o desenvolvimento de incontáveis cervejarias artesanais que passaram a explorar o segmento de turismo de cervejas. Portanto, especificamente, esse trabalho objetiva revelar a realidade deste cenário de produção de vinho e cerveja em contexto nacional estabelecendo uma aproximação com os preceitos do *slow tourism*.

2. Slow Tourism

O ideal *slow* tem suas raízes na gastronomia italiana e remete a meados dos anos 1980 quando, numa tentativa de frear a instalação de cadeias de alimentos *fast food* e a homogeneização alimentar, o jornalista italiano Carlo Petrini iniciou um movimento que desencadeou iniciativas que visaram frear a aceleração social e buscar nas raízes da convivência humana um resgate de tradições e valores que passavam à margem daquele contexto econômico. Essa iniciativa se deu a partir da mesa com a criação da filosofia *slow food*, na região do Piemonte italiano com o objetivo de combinar o prazer da comida e do vinho com o conhecimento das tradições locais (Petrini, 2001; Petrini & Padovani, 2005).

A partir da filosofia com o alimento, emergiram

diversas perspectivas ancoradas nos seus pressupostos, cada um com seu arcabouço teórico, porém com os mesmos princípios de um melhor aproveitamento do tempo, de desaceleração e de convívio social.

O conceito de *slow tourism*, tem sido construído a partir do contraste com a prática contemporânea de consumo e do desenvolvimento do turismo. Ainda em busca de reconhecimento acadêmico, a temática revela novas oportunidades de incorporação de valores a um campo amplo que parte do desenvolvimento de destinos turísticos, mas também e, principalmente, daqueles que o consomem, os sujeitos turísticos. Isto posto, preocupou-se em identificar os principais elementos da construção do conceito do *slow tourism*, para que a partir deste entendimento fosse possível perceber sua aproximação com o enoturismo e o turismo de cervejas.

É relevante destacar que para alguns autores ocorre a distinção do uso dos termos *slow travel* e *slow tourism*. Para Gardner (2009) e Germann Molz (2009) *slow travel*, está submetido à prática de viagens lentas tendo como referência central as ações dos turistas no destino, enquanto que *slow tourism*, refere-se as atividades no contexto da oferta turística.

Pelas abordagens serem recentes, pode-se dizer que não há consenso nos pressupostos teóricos do *slow tourism*. Guiver & McGrath (2016) apresentam a amplitude da temática trazendo diferentes abordagens para o debate.

Neste sentido pode se apresentar relacionado ao destino turístico (Caffyn, 2012; Timms & Conway (2012), a tipos de alojamento (Matos, 2004), passando pelas motivações de viagem (Fullagar, Wilson e Markwell, 2012), consciência da escolha (Gardner, 2009) a ética e os preceitos de justiça social (McGrath & Sharpey, 2016;

¹Disponível em <http://www.slowfood.it/slowine/>. Acedido em 29 de julho de 2016.

OhAssaf & Baloglu, 2014) até a sustentabilidade ambiental e um novo repensar do turismo (Hall 2009) (Guiver & McGrath, 2016, p.13).

Portanto, a classificação da viagem lenta como aquela realizada focada exclusivamente nos meios de transporte distintos do aéreo (Intel, 2009; Dickinson, Robbins & Lumsdon, 2010) se tornam restritivas frente a complexidade trazida por outras abordagens.

De acordo com a construção conceitual de Lumdsdon e Mc Grath (2011) o *slow tourism* possui três fatores chaves: lentidão, experiência de viagem e consciência ambiental. Para Mogollón, De Salvo & Di Clemente (2012), existe ainda outro elemento a ser considerado, a qualidade, observada como um elo de conversão entre um objeto em algo único e insubstituível. A qualidade está atrelada e caracterizada pelas possibilidades oferecidas ao turista para o desfrute do tempo e da lentidão. Neste sentido, a segurança, a privacidade, o silêncio e a autonomia são compostos relevantes e capazes de atribuir a devida valorização do tempo (Mogollón, De Salvo & Di Clemente, 2012).

A consciência ambiental está presente desde o debate sobre a escolha dos meios de transporte, as formas de deslocamento, a emissão de poluentes na atmosfera e as mudanças climáticas (Dickinson, Robbins & Lumsdon, 2010). As ações de impacto ambiental além das pesquisas que valorizam o patrimônio histórico e cultural e os modos de vida das comunidades tradicionais dos destinos, aliam-se ao *slow tourism* (Hall, 2009; Buckley, 2010; Dickinson, Robbins & Lumsdon, 2010; Dickinson, Robbins & Lumsdon, 2011) e seria, em última análise, um novo posicionamento ético do sujeito da experiência.

A lentidão está relacionada a percepção crítica do tempo que se estabelece com um papel fundamental da filosofia *slow*. Perpassa a maneira de fazer que prima pela simplicidade e pelo desligar da vida cotidiana (Petrini, 2001; Petrini & Pado-

vani, 2005; Honoré, 2012).

A experiência de viagem está diretamente relacionada com as percepções sentidas pelos sujeitos turísticos a partir da escolha dos meios de transporte, dos alimentos e bebidas e dos patrimônios do local visitado (Lumdsdon & Mc Grath, 2011). Outro fator a ser considerado é a quantidade de atrativos visitados, fazendo um contraponto ao turismo de massa, que possui suporte quantitativo, enquanto o *slow tourism* motiva a vivência sintetizada a menor quantidade de atrativos e ao maior tempo livre para as novas descobertas que o local oferece, aproximando-se com o ato do turista provar e vivenciar práticas e afazeres distintos da sua rotina. A experiência seria, nesse caso, a busca do autoconhecimento e autorrealização, não diretamente relacionada ao consumo *a priori*, mas numa perspectiva complexa do turismo (Tribe, 2008; Dann, 2011; Valduga, 2012, Moesch, 2013).

Considera-se *slow tourism* uma prática social que valoriza o tempo como elemento principal para o desfrute e equilíbrio entre a experiência turística e os recursos de um território. Dentro dessa premissa, assume papel central o enoturismo e o de turismo de cervejas, possivelmente pela relação direta com o ponto de partida do ideário *slow* pela sua historicidade, amplitude e características étnico-religiosas e culturais.

Sem entrar no mérito de países, destinos ou produtos especificamente, o enoturismo anda paralelamente ao incremento da oferta e produção de regiões tradicionais e de novas regiões. No Brasil, a vitivinicultura está em franca expansão, desde a região nordeste, com uma vitivinicultura tropical que oferece até 3 colheitas de uvas por ano, até a metade Sul do país, com novos experimentos tanto em vitivinicultura quanto em enoturismo (Valduga, 2014).

Do ponto de vista da cerveja, roteiros integrados com novas ofertas são estruturados, sobretudo nas regiões Sul e Sudeste do país, com um aporte considerável nos últimos 10 anos da cerveja artesanal e de qualidade superior (Bizinelli, Manosso,

Gândara & Valduga 2013). Nesse sentido, a opção por analisar produtos desses segmentos não foi aleatória, mas responde às relações à mesa que se estabelecem entre convivas, vinho e cerveja.

Antes de entrar propriamente na análise e a partir dos autores trabalhados, entende-se o *slow tourism* como um novo posicionamento ético e estético de sujeitos na busca do prazer, do conhecimento e da autorrealização. Trata-se de uma prática que leva em conta outras temporalidades e outros ritmos, na contramão do receituário capitalista neoliberal.

3. Metodologia

O artigo buscou a partir dos elementos fundamentais do *slow tourism*, desenvolvido por Lumdson e McGrath (2011) e adaptado por Mogollón, De Salvo e Di Clemente (2012) analisar pelo viés da oferta turística (produtos e serviços ofertados por empreendimentos), as práticas *slow tourism* no enoturismo e no turismo de cervejas. Trata-se de um estudo exploratório, descritivo e empírico uma vez que está centrado na pesquisa da temática *slow*, tema ainda recente e pouco explorado na

literatura. Caracteriza-se ainda como estudo qualitativo e bibliográfico e incorpora múltiplas fontes de dados com proposta interpretativa (Creswel, 2010; Gil, 2014; Richardson, 2014).

Com base nas pesquisas bibliográficas, elegeu-se dois destinos referência no Brasil. No enoturismo elegeu-se o roteiro turístico Estrada do Sabor² localizado no município de Garibaldi, no Rio Grande do Sul (RS), que oferece produtos complementares também ao enoturismo³ (Silva, 2009; Valduga, 2014) e para cerveja, a Rota das Cervejas⁴, que envolve 13 municípios em Santa Catarina (SC) (Bizinelli, Manosso, Gândara & Valduga, 2013; Coelho-Costa, 2015) e seus respectivos atrativos, conforme o quadro 1. Utilizou-se como referência para identificação dos atrativos, os sites oficiais dos roteiros⁵ e para informações complementares, na parte empírica, entrou-se em contato com os empreendimentos por telefone, tendo como base as características *slow tourism*. Em todos os casos o proprietário e/ou responsável pelo turismo respondeu diretamente pelos empreendimentos. As respostas foram descritas e posteriormente analisadas qualitativamente.

A análise partiu dos fundamentos *slow tourism* onde cada um dos itens assume um conjunto de características conforme o quadro 1.

²Disponível em <http://www.estradosabor.com.br>. Acedido em 22 de agosto de 2016.

³Disponível em <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/atrativos>. Acedido em 8 de agosto de 2016.

⁴Disponível em <http://turismo.sc.gov.br/atividade/rota-das-cervejas> Acedido em 12 de agosto de 2016.

⁵Disponível em <http://www.estradosabor.com.br> e <http://turismo.sc.gov.br/atividade/rota-das-cervejas/>. Acedido em 12 de agosto de 2016.

Quadro 1 | Descrição dos critérios de análise

Fundamentos <i>slow tourism</i>	Descrição de delimitação do estudo
Lentidão	Duração da experiência. A experiência de imersão no atrativo/produto está diretamente relacionada ao tempo disponível. Considerou-se para fins dessa pesquisa atrativos que disponham da permanência dos visitantes entre 2 e 5 horas.
Experiência de Viagem	Convívio e interação. Elementos centrais do <i>slow food</i> , relações se estabelecem e restabelecem ao redor da mesa, de espaços de diálogo sem a restrição do tempo cronometrado e sem a "concorrência" de elementos do turismo altamente massificado. Considerou-se apenas os atrativos que tenha como proposta promover uma experiência de imersão e não apenas a visitação. Nesse sentido é fundamental o conhecimento do produto, interação com o processo de produção entre outros fatores que proporcionem um sentido de evasão durante a experiencição.
Qualidade	Diretamente relacionada às anteriores, requer que o foco esteja voltado intimamente ao usufruto da experiência voluntariamente eleita, com relativa autonomia do sujeito. Essa autonomia parte de requisitos prévios como segurança, tranquilidade, silêncio, atenção e empatia.
Consciência Ambiental	Preocupação com a sustentabilidade. Exige ciência e consciência prévia à "aquisição" do produto <i>slow</i> , que carrega atributos de saudabilidade e bem-estar, com preocupação quanto a equidade e limitação dos recursos naturais e culturais. Para este quesito, considerou-se os atrativos que remetam em seus produtos a preocupação com os atributos ambientais.

Fonte: Elaboração própria

4. Resultados

A partir da análise qualitativa foi possível perceber o viés adotado pela oferta para instrumentalizar os elementos *slow*. No quadro 3, apresentam-se os atrativos que compõem a Estrada do Sabor (RS), referência no enoturismo e turismo rural brasileiro.

No quadro 4, apresentam-se os atrativos da Rota das Cervejas (SC), destino referência do turismo de cervejas. Preservou-se a apresentação da análise de todos os atrativos que compõem a rota, inclusive daqueles que não possuem aproximação com todos os critérios estabelecidos. Percebe-se que a Estrada do Sabor (RS), demonstra uma forte associação com os fundamentos *slow tourism*, uma vez que os atrativos se encontram pautados na prática de valorização da experiência vivida, onde o ato de alimentar-se reproduz e reforça tal

experiência. Neste sentido, a escolha pelo desligamento proposto pelos atrativos da rota, respeitam e aproximam-se com Guiver e McGrath (2016) que reforça a aproximação com a experiência e as motivações por sua escolha. Nessa lógica enaltecem o ato de alimentar-se como sendo uma experiência soberana sobre o processo de escolha de um destino.

Resgatando os preceitos do *slow food*, de convivialidade envolto a gastronomia, as pesquisas de Smith (2012) e Lumdson e McGrath (2011), destacam entre os temas mais comuns e que partilham os ideais mais significativos do turismo *slow* é justamente a relação estabelecida entre visitantes e visitados, especialmente no ato de se alimentar com os produtos locais, reforçando a fortaleza descrita pela Estrada do Sabor.

Quadro 2 | Tendência 'Sensorialidade e prazer'

Estrada do Sabor (RS)				
	Lentidão	Experiência	Qualidade	Consciência Ambiental
Família Vaccaro Vinhos e Espumantes	Passeio completo com refeição leva entre 2 e 2,5 horas	Passeio pela propriedade e vinhedos, com opção de almoço da culinária típica da imigração italiana. A duração varia de um grupo a outro e dos serviços adquiridos.	Situado em meio rural, permite uma imersão na cultura local e regional pelo silêncio, contato com a natureza e produtos da ruralidade.	Não há menção. Elementos de saudabilidade presentes na oferta gastronômica e nos vinhos elaborados em vinhedos próprios.
Família Odete Bettú Lazzari	Passeio completo com refeição leva até 4 horas na propriedade	Imersão completa na experiência. Oferece visitação à propriedade com trilhas em meio aos pomares e parreirais. Exposição de objetos antigos em réplica de casa de madeira da colonização italiana. Elabora doces de frutas e conservas, feitos com matéria-prima orgânica extraída da propriedade. Oferece a "Oficina Mãos na Massa", momento em que cada pessoa tem a oportunidade de confeccionar sua <i>Colombina</i> , pomba feita de massa de pão. Serve refeições da culinária típica da imigração italiana no porão da casa da família de "chão batido".	Empreendimento vinculado ao <i>Slow Food</i> e situado no espaço rural, permite vivências integradas à natureza, com liberdade de tempo, tranquilidade e segurança, com limite rigoroso de atendimento.	Com produção orgânica e alinhada aos preceitos <i>Slow Food</i> , evidencia as preocupações ambientais e a sustentabilidade, com um discurso presente relacionado à importância do papel da mulher na agricultura familiar e no empreendedorismo.
Família Olir Brugalli	Visitação de até 1 hora	Agroindústria de embutidos, oferece explicação sobre a produção, degustação e venda de produtos.	Situado em espaço rural, não oferece amplos serviços.	Não apresenta elementos declarados que se insiram nessa categoria.
Vinhos Bettú	Passeio completo com degustação que leva até 5 horas	Vinícola que permite o contato direto com o enólogo ao redor da mesa. A casa do enólogo e a vinícola estão integrados no mesmo espaço.	Situado no meio rural, oferece imersão completa na experiência vivenciada. Apesar de funcionar sob agendamento, não há um limite de tempo prévio, permitindo liberdade na fruição, segurança, tranquilidade e silêncio, já que a degustação ocorre em meio aos barris de armazenamento dos vinhos.	Adepto de filosofia não intervencionista na produção de vinhos, tem características de produção artesanal de vinhos sem uso de intensiva tecnologia e energia. Faz a pisa das uvas e assume o caráter de vinhos naturais e alinhados às características do <i>Slow Wine</i> .
Família Jorge Mariani	Passeio de 2 a 2,5 horas	Oferece passeio de trator pelos vinhedos com a oportunidade de colher e degustar uvas e outras frutas orgânicas da estação na propriedade.	Imersão completa na propriedade rural, não há rigidez no tempo, adequando-se à demanda. Permite liberdade, tranquilidade e segurança nos produtos que possuem certificação orgânica.	Produção rural orgânica de hortaliças e frutas, além de produção de vinhos e sucos de uva respeitando os preceitos agroecológicos.

Fonte: Elaboração própria

Quadro 3 | Análise dos atrativos da Rota das Cervejas

Rota das Cervejas (SC)			
Lentidão	Experiência	Qualidade	Consciência Ambiental
Museu da Cerveja	Museu contemplativo, como visita de cerca de 1 hora	Auto guiado, oferece liberdade, com oferta limitada.	Não contempla.
Cervejaria Bierland	Visitação a fábrica e degustação leva cerca de 1 hora. No bar anexo, o tempo de permanência é condicionado ao funcionamento do bar. Empresa não informou tempo médio de permanência.	Visita guiada, oferece opção de bar da cervejaria em espaço anexo, de onde pode-se acompanhar a fabricação. Permite liberdade de tempo e no bar são oferecidos petiscos para harmonização com cervejas.	Não contempla.
Cervejaria Eisenbahn	Visitação a fábrica e degustação leva cerca de 1 hora. No bar anexo, o tempo de permanência é condicionado ao funcionamento do bar. Segundo a empresa, clientes permanecem cerca de 3 horas entre visita e permanência no bar.	Visita guiada à fábrica com bar anexo onde pode-se acompanhar a fabricação. Oferece serviço de motorista, permitindo o consumo de bebidas sem o risco de direção. No bar, petiscos típicos da culinária germânica são servidos para harmonização.	Não contempla as características gerais, porém possui uma cerveja orgânica certificada.
Cervejaria Wunder Bier	Visitação a fábrica com bar em frente a empresa. Aproximadamente 1 hora de visita.	No bar, oferece produtos da gastronomia germânica para harmonização.	Não contempla.
Cervejaria Zehn Bier	Visitação a fábrica com bar junto ao varejo. Aproximadamente 1 hora de visita.	Degustação e comercialização no varejo.	Não contempla.
Cervejaria Das Bier	Cerca de 3 horas de visita completa.	Visitação a fábrica e oferta de vários produtos, como lagos, playground, restaurante, bar, pesque e pague, bosque, entre outros. Imersão completa no ambiente, para diferentes perfis de público.	Utilização de ingredientes locais no preparo dos produtos e diferentes estímulos de contato com o ambiente natural, propondo o respeito e a preservação.
Cervejaria Klezen Ruw	Somente visita a fábrica. Cerca de 50 minutos.	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Heimat	Sem visita	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Saint Bier	Sem visita, porém tem um bar próprio que oferece degustação.	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Lohn Bier	Sem visita, porém tem um bar próprio que oferece degustação.	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Karsten	Sem visita	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Volksbier	Sem visita	Não contempla.	Não contempla.
Della Cervejaria	Sem visita, porém tem um bar próprio que oferece degustação.	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria 3 Mestres	Sem visita, porém tem um bar próprio que oferece degustação.	Não contempla.	Não contempla.
Cervejaria Basement	Sem visita, porém tem um bar próprio que oferece degustação.	Não contempla.	Não contempla.

Fonte: Elaboração própria

Os roteiros analisados apresentam aproximação aos preceitos *slow tourism* principalmente a partir da valorização dos produtos gastronômicos em função do cultivo e dos saberes na Estrada do

Sabor (RS) e na produção da cerveja a partir do resgate das tradições históricas do consumo e preparo, na Rota da Cerveja (SC). Contudo, percebe-se que a consciência ambiental se encontra inferior aos demais elementos *slow*, especialmente na Rota da Cerveja, denotando potencialidade de adaptação e de promoção de recursos que prestigiem a responsabilidade socio ambiental e a interação do sujeito turístico com a experimentação.

Neste sentido, destaca-se a necessidade de adaptação das potencialidades, primando pelo tempo no lugar, interação, conhecimento e aproximação com a história e cultura local além dos preceitos de respeito ambiental com a prática. A tentativa de imersão deve ser enfatizada por meio do consumo de alimentos e produtos locais, o que leva a uma experiência mais gratificante e memorável do destino Guiver e McGrath (2016).

5. Conclusão

As recentes discussões sobre o *slow* em diferentes contextos exigem aprofundamento científico a fim de efetivar a relevância do tema especialmente no universo do turismo. Segundo Guiver e McGrath (2016), o uso do termo já permeia os instrumentos da mídia e são amplamente utilizados para reforçar os componentes dos atrativos e destinos turísticos de maneira comercial. Neste sentido, é necessário ter cautela ao relacioná-lo com as motivações e experiências do turista para que esta prática não esteja demasiadamente atinada aos caprichos da demanda, colocando em risco a sua autenticidade.

No entanto, uma reveladora descoberta se dá ao perceber que não só os turistas anseiam pela prática do turismo lento, mas, muitos fornecedores, conforme evidencia a análise, estão aproximando-se dos aspectos de lentidão.

Entende-se que existam restrições na amostra da pesquisa se considerarmos o território nacional,

uma vez que existem inúmeros destinos turísticos brasileiros que trabalham a partir da bebida. A intenção deste estudo é promover um debate inicial proposital, considerando a relevância da amostra escolhida e incentivando pesquisas complementares para mapeamento e investigação aprofundada da temática uma vez que ainda não se conhece roteiros e rotas intitulados *slow*.

Apesar da falta de discussão sobre a temática *slow tourism*, a prática é presente em alguns produtos e destinos turísticos e tem se tornado uma alternativa de destaque para o desenvolvimento do turismo, privilegiando a cultura local e os modos tradicionais de vida, além de favorecer o equilíbrio, o consumo e o desenvolvimento local. Observa-se a partir da adaptação da amostra analisada, sobretudo na Estrada do Sabor, que existe naturalmente uma preocupação com os elementos fundamentais do *slow tourism*, porém, em outros casos por preocupação do contexto midiático, não se conhece a profundidade da temática e as possibilidades a partir dela, como no caso da consciência ambiental, na Rota da Cerveja.

O cenário de bebidas passa por profundas alterações desde a perspectiva de democratização de produtos de maior qualidade até conhecimento científico de preparo e produção, o que viabiliza em produtos mais democráticos, no sentido de valorização e qualidade dos ingredientes até a interferência das regras de importação e comercialização dos produtos internacionais e a difusão e ação do universo mercadológico, que naturalmente influenciaram nos designers e divulgação dos produtos em amplo contexto. A somatória desses fatores disponibilizou um mercado diferenciado, se percebido pelo turismo. São oportunidades de desenvolvimento de destinos e produtos turísticos mais respeitosos que privilegiam desde o resgate cultural das tradições, principalmente de imigrantes alemães e italianos, até processo de valorização do saber fazer e de respeito alimentar.

Destaca-se ainda que existe uma preocupação fundamental que permeia a oferta turística em

larga escala de oferecer algo que seja exclusivo, único. A exclusividade pode estar presente justamente no reconhecimento dos valores do passado e nos modos de fazer tradicionais, assim como na preocupação socio ambiental com o uso de técnicas e meios mais respeitosos. Dentro da perspectiva da demanda, a busca pelo desfrute do tempo, a interação, a ética ambiental e o envolvimento, confluem na percepção comum de possibilidades a partir do *slow tourism*.

Referências

- Anderson, P. (1999). *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2007). *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Beni, M. C. (2004). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Bizinelli, C., Manosso, F. C., Gândara, J. M. G. & Valduga, V. (2013). Experiências de turismo cervejeiro em Curitiba, PR. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, 5 (2), 349-375.
- Botterill, D., T. Gale., & C. Haven (2003). A Survey of Doctoral Theses Accepted by Universities in the UK and Ireland for Studies Related to Tourism 1990–1999. *Tourist Studies*, 2 (3), pp283–311
- Buckley, R. (2010). Tourism under climate change: Will slow travel supersede short breaks? *Ambio*, 40 (3), 328-331.
- Coelho-Costa, E. (2015) A bebida de Ninkasi em terras tupiniquins: O mercado de cerveja e o Turismo Cervejeiro no Brasil. *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*, Penedo, vol, 5, n. 1, p. 22-41.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Cuervo, R. S. (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. México-DF: Departamento de Turismo do Governo do México.
- Dann, G. M. S. (2011). Anglophone hegemony in tourism studies today. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 01, pp. 1-30.
- Dickinson, J.E., Robbins, D. & Lumsdon, L.M. (2010). Holiday travel discourses and climate change. *Journal of Transport Geography*, 18 (3), 482-489. doi: 10.1016/j.jtrangeo.2010.01.006
- Gardner, N. (2009). *A manifesto for slow travel*. Hidden Europe, 25. Retrieved from <http://www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel>.
- Germann Molz, J. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270-286. doi: 10.1080/14766820903464242
- Gil, A. C. (2014). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Giddens, A. (1993) *A transformação da intimidade: Sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: UNESP.
- Guiver, J. & McGrath, P. (2016). Slow tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27, 11-34. doi: 10.18089/DAMeJ.2016.27.1
- Hall, C.M. (2009). Degrowing tourism: Décroissance, sustainable consumption and steady-state tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1), 46-61. doi: 10.1080/13032917.2009.10518894
- Harvey, D. (2005). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- Honoré, C. (2012). *Devagar – como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade*. Rio de Janeiro: Record.
- Jafari, J. (1983). Anatomy of the Travel Industry. In.: *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 24, No1, May. - p.77.
- Jafari, J. (1994). La cientificación del turismo. *Estúdios y Perspectivas en Turismo*. Buenos Aires: CIET, 3 (1).
- Krippendorff, J. (2001). *Sociología do turismo*. São Paulo: Aleph.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. In: *Annals of Tourism Research*. Great Britain: Pergamon, v.6, p.390-407
- Leiper, N. (1981). Towards a cohesive curriculum in tourism: the case for a distinct discipline. *Annals of Tourism Research*, 8, pp. 69-84.
- Leiper, N. (1995). *Tourism management*. Collingwood-Victoria: RMIT Press.

- Lipovetsky, G. & Charles, S. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Liotard, J. F. (1998). *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Lumsdon, L.M. & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (3), 265-279. doi: 0.1080/09669582.2010.519438
- Mayer, H. & Knox, P. (2006). Slow cities: sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321-334. DOI: 10.1111/j.1467-9906.2006.00298.x
- Mintel International Group Ltd. (2009). *Slow travel: Special report*. London: Mintel International Group Ltd.
- Moesch, M. (2013) El origen del conocimiento. El lugar de la experiencia y la razón de la génesis del conocimiento del turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, V. 22, p. 985-1001.
- Mogollón, J., M., H., De Salvo, P. & Di Clemente. (2012). Una aproximación al concepto de slow tourism: el caso del territorio de Valle Del Jerte. *Journal of Tourism and Development*, 3(17/18), 1681-1693.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del Turismo*. México: Limusa.
- Panosso Netto, A. (2007), Filosofía del turismo: una propuesta epistemológica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 16, p. 389-402.
- Pernecky, T. & Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(4), pp. 1.055-1.075.
- Petrini, C., (2001). *Slow food: The case for taste*. New York: Columbia University Press.
- Petrini, C. & Padovani, G. (2005). *Slow Food revolution: Da Arcigola a Terra Madre. Una nuova cultura del cibo e della vita*. Milan: Rizzoli.
- Richardson, R. J. (2014). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Santos, C. A. & Yan, C. (2010). Genealogical tourism: a phenomenological examination. *Journal of Travel Research*, 49(1), pp. 56-67.
- Sessa, A. (1983). *Turismo e política de desenvolvimento*. Porto Alegre: Uniontur.
- Silva, L., F., M., (2009). De celeiro a cenário: vitivinicultura e Turismo na Serra Gaúcha. *GEOUSP Espaço e Tempo*, 26, 107-126.
- Smith, M. (2012). *The emerging consumption of, and demand for slow travel: Just another niche travel adjective?*, Unpublished master's thesis, Exeter University.
- Szarycz, G. S. (2008). Cruising, freighter-style: a phenomenological exploration of tourist recollections of a passenger freighter travel experience. *International Journal of Tourism Research*, 10 (3), pp.259-269.
- Szarycz, G. S. (2009). Some issues in tourism research phenomenology: A commentary. *Current Issues in Tourism*, 12 (1), pp. 47-58.
- Tribe, J. (2008). Tourism: A Critical Business. *Journal of Travel Research*, 46, pp. 245-255.
- Valduga, V. (2012). Sujeito turístico e espaço turístico: possibilidades teórico-metodológicas para os estudos do turismo. *Journal of Tourism and Development*, 3(17/18), 481 - 492.
- Valduga, V. (2014). El Enoturismo em Brasil: un análisis territorial en el Estado de Rio Grande do Sul (Brasil) desde 1870 hasta 1970. *Estudios y Perspetivas en Turismo*, v. 23 (2), 278-304.