

Administração

Vinhos de Inverno em Minas Gerais: o enoturismo na construção de mercados emergentes

Gabriele Borges de Paula - 5º módulo de Administração , UFLA, iniciação científica voluntária

Andressa Resende Paviani - Mestranda em Administração, UFLA

Gustavo Nunes Maciel - Orientador, DAE, UFLA - Orientador(a)

Paulo Henrique M. Vicente Leme - Coorientador DAE, UFLA

Caroline Mendonça Nogueira Paiva - Pós Doutoranda e coordenadora Agritech, UFLA

Resumo

A vitivinicultura em Minas Gerais apresenta expansão a partir da técnica da dupla poda, desenvolvida pela Epamig, que possibilita colher uvas no inverno em condições de clima seco. Esse manejo viabiliza a produção de vinhos finos e fortalece a identidade dos chamados Vinhos de Inverno. O terroir (interação entre solo, clima, relevo e saberes locais que influencia as características do vinho) mineiro, caracterizado por regiões de altitude e diversidade climática, tem contribuído para consolidar esse mercado em crescimento no estado. Nesse cenário de diversificação produtiva, o turismo rural tem sido reconhecido como estratégia de fortalecimento econômico e simbólico do espaço agrícola, ao articular produção, lazer e consumo em propriedades familiares, favorecendo a pluriatividade e a permanência no campo (Barbieri & Streifeneder, 2019; Galvão, Castro & Marques, 2018). A partir dessa base, o enoturismo se destaca como modalidade específica, ao integrar práticas vitivinícolas a vivências culturais e sensoriais que ampliam a valorização do território. Essas vivências podem ser compreendidas à luz da Economia da Experiência (Pine & Gilmore, 1998, 1999) e dos Estudos de Mercados Construtivistas (Callon, 1998; Kjellberg & Helgesson, 2006, 2007; Leme et al., 2024), que permitem analisar como práticas turísticas se articulam à construção de mercados. Diante desse cenário, o objetivo do estudo foi analisar como o enoturismo contribui para a construção do mercado dos Vinhos de Inverno em Minas Gerais. Para tanto, adotou-se uma pesquisa qualitativa e exploratória, com entrevistas semiestruturadas realizadas com produtores, representantes institucionais e sommeliers, selecionados por sua relevância para o enoturismo mineiro. Complementarmente, foram conduzidas observações em campo em vinícolas do estado e análise de documentos institucionais e setoriais. Os resultados parciais indicam que experiências de degustação, eventos de colheita e hospedagens vinculadas às vinícolas contribuem para estimular a compra direta, ampliar a identidade regional e reforçar narrativas de autenticidade relacionadas ao terroir. Além disso, certificações e ações de promoção coletiva favorecem a representação do produto em mercados externos. Os achados evidenciam que o enoturismo se configura como dispositivo estruturante de mercados emergentes, articulando dimensões simbólicas, econômicas e sociotécnicas que contribuem para a consolidação dos Vinhos de Inverno em Minas Gerais.

Palavras-Chave: Práticas de Mercado, Economia da Experiência, Turismo Rural.

Instituição de Fomento: Universidade Federal de Lavras

Link do pitch: <https://youtu.be/F2ApnTfUIEs?si=-nE0NVWruEpwQM-2>