



Impactos causados pela pandemia de COVID-19 no enoturismo: Estratégias adotadas pelas vinícolas do Paraná

Terezinha Busanello Freire¹
Vander Valduga²

Resumo:

A pandemia de COVID-19 causou inúmeros problemas em todos os segmentos, incluindo o setor do turismo, impactado principalmente pela restrição de mobilidade e interação. O turismo que em alguns destinos já era tratado como “overtourism”, durante o período pandêmico desacelerou bruscamente, seja pelo fechamento de fronteiras internacionais, seja pelo isolamento restritivo, causando a total paralização das atividades e expondo a fragilidade do setor. O prognóstico, em que pese os esforços governamentais e do trade turístico, caminhou para uma lenta recuperação e exigiu uma nova forma de praticar a atividade de turismo. Devido a turbulência do período pandêmico, foi necessário repensar práticas e modelos de negócios já existentes, o que gerou oportunidades para criação de processos inovadores capazes de alavancar economicamente o setor e superar a crise provocada pelas restrições de isolamento. O enoturismo tem se projetado como um segmento capaz de implementar processos de inovações, em que os vitivinicultores buscaram soluções para a superação causada pela pandemia. No período pandêmico ocorreu aumento do consumo de vinhos no Brasil, principalmente os nacionais, o que influenciou os consumidores a conhecerem as vinícolas e a paisagem dos vinhedos, especialmente pela possibilidade de interação em espaços ao ar livre e sem aglomerações. Com a retomada do turismo, os destinos domésticos ou de proximidade conquistaram um outro olhar do turista, garantindo um fluxo regional que impulsionou as atividades enoturísticas. Este estudo tem por objetivo verificar os impactos e o que os vitivinicultores do Paraná que atuam na atividade de enoturismo fizeram para superar a crise provocada pela pandemia de COVID-19 em seus negócios. Caracteriza-se como pesquisa qualitativa, exploratória e está amparada em um estudo de caso. Apesar das dificuldades enfrentadas, as vinícolas conseguiram prosseguir com suas atividades e conquistaram maior visibilidade do turista. Foi possível concluir que os vitivinicultores se valeram de duas ferramentas disponíveis para superar as adversidades nesse período: as mídias digitais e a paisagem geográfica no espaço das vinícolas.

Palavras-Chave: Turismo; Enoturismo; Covid-19; Paisagem; Vitivinicultura.

¹ Mestranda em Turismo. Universidade Federal do Paraná. Integrante do grupo de pesquisa Terroirtur. tb.freire@hotmail.com. <https://lattes.cnpq.br/9601555193108201>

² Docente do Mestrado em Turismo e do Mestrado e Doutorado em Geografia da UFPR. Líder do grupo de pesquisa Terroirtur. vandervalduga@gmail.com. <http://lattes.cnpq.br/5983016520685473>