

Contributo do Enoturismo em São Joaquim/SC na percepção dos residentes

Contribution of wine tourism in São Joaquim/SC in the perception of residents

Luiz Carlos da Silva Flores

Professor do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Balneário Cambriú/SC, Brasil
E-mail: luizcsflores@gmail.com

Guilherme Oliveira de Mattos da Silva Flores

Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Doutorando do Programa Pós-graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Balneário Camboriú/SC, Brasil
E-mail: floresguilherme@edu.univali.br

Pedro Gustavo Jaski

Mestre em Turismo e Hotelaria, Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale de Itajaí - UNIVALI, Balneário Camboriú/SC, Brasil
E-mail: gutojaski@gmail.com

Ivan Cegatta Júnior

Bacharel em Administração, Curso de Administração, Universidade do Vale de Itajaí - UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil
E-mail: ivancegattajunior@gmail.com

Artigo recebido em: 14-01-2022
Artigo aprovado em: 04-03-2023

RESUMO

O desenvolvimento do turismo numa região causa impactos na comunidade que são percebidos de forma positiva ou negativa, formando uma imagem pelos residentes. Definiu-se como objetivo geral desta pesquisa: analisar a contribuição do enoturismo para o destino São Joaquim na percepção dos residentes, destacando-se os benefícios e impactos. São Joaquim/SC é um destino tradicional pelo turismo de inverno e o principal produtor nacional de maçãs. Recentemente entrou no cenário nacional como um produtor de vinhos finos e, conseqüentemente, se iniciaram as atividades do enoturismo, com pessoas apreciadoras e interessadas nos vinhos da região. O referencial teórico contemplou os temas do enoturismo, percepção dos residentes dos impactos e reflexos da atividade do enoturismo. Utilizou-se dos recursos da pesquisa exploratória-descritiva, com corte transversal, delineamento quantitativo e procedimentos de levantamento. Foram aplicados questionários a uma amostra não aleatória de residentes, apoiado na mídia social. Para a análise dos dados foram utilizados testes de análise de confiabilidade, estatística descritiva, com base no SPSS. Como resultados da pesquisa identificou-se o perfil dos respondentes, a participação e envolvimento nas atividades das vinícolas, bem como identificou-se que os residentes possuem uma percepção positiva dos benefícios pessoais, impactos econômicos, socioculturais e ambientais como reflexo das atividades do enoturismo. Os resultados apurados poderão servir aos gestores das vinícolas e do destino como um todo, para avaliar suas ações e definir estratégias para potencializar os pontos positivos e compensar aqueles em que suas atividades não estejam atingindo um nível satisfatório no contexto da relação com os residentes.

Palavras-chave: Enoturismo. Percepção dos residentes. Impactos do enoturismo. São Joaquim/SC.

ABSTRACT

The development of tourism in a region causes impacts on the community that are perceived positively or negatively, forming an image by residents. The general objective of this research was defined as: analyze the contribution of wine tourism to the São Joaquim destination in the perception of residents, highlighting the benefits and impacts. São Joaquim/SC is a traditional destination for winter tourism and the main national producer of apples. It recently entered the national scene as a producer of fine wines and, consequently, wine tourism activities began, with people appreciating and interested in the wines of the region. The theoretical framework covered the themes of wine tourism, residents' perception of the impacts and consequences of wine tourism. Exploratory-descriptive research resources were used, with cross-sectional design, quantitative design and survey procedures. Questionnaires were applied to a non-random sample of residents, supported by social media. For data analysis tests of reliability analysis, descriptive statistics, based on SPSS were used. As a result of the research, the profile of the respondents, participation and involvement in the activities of the wineries was identified, as well as it was identified that residents have a positive perception of personal benefits, economic, sociocultural and environmental impacts as a reflection of wine tourism activities. The results obtained will be able to serve the managers of the wineries and the destination as a whole, to evaluate their actions and define strategies to enhance the positive points and compensate those in which their activities are not reaching a satisfactory level in the context of the relationship with the residents.

Keywords: Wine tourism. Residents' perception. Impacts of wine tourism. São Joaquim/SC.

1. INTRODUÇÃO

O enoturismo, o turismo do vinho como é conhecido, é uma atividade que vem crescendo e se desenvolvendo ao longo do tempo no estado de Santa Catarina, encontrado principalmente, na cidade de São Joaquim, onde está concentrada a área das vinícolas. A cidade vem ganhando destaque por sua produção de vinhos finos de excelente qualidade, com diversas vinícolas e outros equipamentos turísticos com foco no vinho, demonstrando um potencial para o enoturismo (Santur, 2020).

Por conseguinte, é necessário compreender as dimensões estruturais do enoturismo, a sua dinâmica e interações, a fim de se compreender as vantagens competitivas da atividade (Neves & Silva, 2011) e sua contribuição para o desenvolvimento do turismo na cidade São Joaquim e Serra Catarinense.

Nesse sentido é importante se conhecer a imagem desse segmento do turismo e os impactos na comunidade local percebidos pelos residentes, que são uma fonte de informação maior e mais fácil para promover a marca de um destino, atrair potenciais turistas e melhorar a experiência turística, em comparação com os provedores oficiais de informação das próprias comunidades (Choo, Park & Petrick, 2011). Este artigo tem o foco nos impactos da atividade do enoturismo na comunidade percebidos pelos residentes.

O turista do vinho tem uma interação alta com a comunidade e dessa forma a imagem positiva dos residentes com o turismo do vinho é importante para o sucesso. Organizações locais, empresários, restaurantes, meios de hospedagem, vinícolas e operadoras, todos têm um papel para propiciar a “experiência” do enoturista (Dallanhol & Tonini, 2012, p. 46). O Enoturismo em São Joaquim é uma atividade em desenvolvimento, com registro da última década (2010-20), que provoca impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais na comunidade que são percebidos pelos moradores que ainda convivem num paradigma de uma cidade produtora de maçãs e do turismo de inverno.

Nesse contexto, define-se o problema de pesquisa: Os residentes de São Joaquim percebem de forma positiva os benefícios e impactos da atividade do enoturismo? E como objetivo geral: Analisar a contribuição do enoturismo para o destino São Joaquim na percepção dos residentes, destacando-se os benefícios e impactos.

O enoturismo é uma atividade econômica e cultural importante para muitas cidades e regiões vitivinícolas, contribuindo para o desenvolvimento econômico, a preservação do patrimônio cultural e a promoção do turismo sustentável. No entanto, para que essa atividade seja bem-sucedida e sustentável, é fundamental que haja uma relação positiva entre o que

envolve o enoturismo – tanto os atores responsáveis pelas atividades quanto os próprios turistas – e a comunidade local.

Nesse sentido, a pesquisa sobre a percepção dos residentes acerca do enoturismo pode fornecer informações valiosas sobre como a comunidade local percebe e se relaciona com essa atividade. Essa percepção pode ser influenciada por diversos fatores, como econômicos, socioculturais e ambientais (Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar & Ramayah, 2017; Xu, Barbieri, Anderson, & Leung, 2016).

Compreender a percepção dos residentes em relação ao enoturismo pode ajudar os atores envolvidos no turismo do vinho a planejar suas estratégias e atividades de forma mais adequada e sustentável. Por exemplo, se a comunidade local tem percepções positivas sobre o enoturismo, isso pode ajudar a aumentar o engajamento dos residentes nas atividades relacionadas ao turismo. Caso contrário, é indicativo de que há necessidade de avaliar e investir nesse relacionamento, para ter a comunidade local como parte interessada e, mais ainda, envolvida na atividade.

Na sequência é apresentado a revisão da literatura contemplando os temas enoturismo, percepções dos residentes e medições das percepções dos residentes dos impactos do enoturismo; os procedimentos metodológicos com a escala de medição utilizada na pesquisa; os resultados e as discussões a partir da literatura e as considerações finais.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Enoturismo

Getz e Brown (2006) argumentam que o Enoturismo é um subcampo do turismo com multi-dimensões, podendo ser observado pelo menos sob três perspectivas: a dos produtores de vinho, das agências de turismo (representando o destino) e dos consumidores. Dessa forma descrevem que o enoturismo é, simultaneamente, uma forma de comportamento do consumidor, uma estratégia pela qual os destinos desenvolvem e comercializam atrações e imagens relacionadas a vinhos e uma oportunidade de marketing para que as vinícolas vendam e deem instruções de seus produtos diretamente aos consumidores.

A atividade enoturística integra todos os produtos e serviços procedentes da união entre a indústria vinícola, tendo o vinho como produto principal, e o turismo (Dubrule, 2007), incluindo a visitação aos vinhedos, vinícolas, cantinas, festivais e exposições de vinhos. A amplitude do enoturismo fica marcada em toda experiência do turista cercado pelo vinho e gastronomia, atrações locais, esportes e outras atividades de lazer, encontrando pessoas da

comunidade e desfrutando da atmosfera rural (Beanes, 2003). Dessa forma, organizações locais, empresários, restaurantes, meios de hospedagem, vinícolas e operadoras, todos têm um papel para propiciar a “experiência” enoturística (Dallanhol & Tonini, 2012), incluindo a o papel da comunidade receptora.

Verifica-se que a atividade enoturística inclui os residentes da localidade que assumem um papel importante na produção do vinho, na promoção e comunicação, e como consumidores dos produtos e serviços. Estes possuem um papel ativo e passivo na formação da imagem do destino, podendo ser classificados em duas correntes. Na primeira, os moradores ativos são aqueles que têm imagens de seu próprio local de residência que podem ser investigadas em comparação com as imagens percebidas de turistas. Na segunda, os moradores passivos, vistos como parte dos elementos da imagem do destino (Gallarza, Saura & Garcia, 2002; Getz, 1994; Lindberg & Johnson, 1997; Ryan & Montgomery, 1994; Echtner & Ritchie, 1991).

Além dos visitantes, a percepção dos residentes (moradores) deve ser considerada na formação da imagem. Valle, Mendes e Guerreiro (2012) destacam duas razões principais para se concentrar sobre a relação entre os moradores e a imagem de destino. Em primeiro, concentra-se no papel dos moradores no sentido de ajudar os turistas no processo de construção da imagem do destino, pelo processo de boca a boca (Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, Saura & Garcia, 2002). Em segundo lugar, em um destino fortemente afetado pelo problema da sazonalidade, as ações e eventos turísticos com objetivo de melhorar a oferta turística para os turistas internos (residentes) e externos, só é financeiramente sustentável se moradores também forem considerados como alvos (Valle, Mendes & Guerreiro, 2012).

Segundo Xu, Barbieri, Anderson e Leung (2016) a literatura de enoturismo existente revela uma escassez de estudos avaliando as percepções dos residentes sobre as trilhas do vinho, o que é incongruente com o fato de que os residentes são os principais interessados no desenvolvimento do turismo regional. Segundo os autores a compreensão limitada das percepções dos residentes sobre as trilhas do vinho desafia o planejamento e gerenciamento do enoturismo. As percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo bem como o seu envolvimento são fatores determinantes para o sucesso do turismo (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002).

Pesquisas de Xu et al. (2016) examinaram as percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo em benefícios pessoais, impactos econômicos, socioculturais e ambientais, e a satisfação da comunidade. Alguns atributos foram utilizados para influenciar as percepções dos residentes sobre empreendimentos turísticos, incluindo características

demográficas, nível de dependência econômica das atividades do turismo e tempo de residência na comunidade local e, ainda, atributos geoespaciais como a distância de residência a uma atração turística (Xu et al., 2016; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Harrill & Potts, 2003; Harrill, 2004; Jurowski & Gursoy, 2004; Mcgehee et al., 2010; Raymond & Brown, 2007).

O apoio e a participação dos residentes no desenvolvimento do turismo podem resolver conflitos entre as necessidades e interesses de vários grupos de residentes, melhorando assim a sua qualidade de vida e promovendo o desenvolvimento econômico (Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar & Ramayah, 2017; Sirisrisak, 2009; Su & Wall, 2014). Além disso, a participação da comunidade no processo de tomada de decisão beneficia os locais e aumenta o respeito por seus valores e estilos de vida tradicionais (Lindberg & Johnson, 1997; Mitchell & Reid, 2001; Sheldon & Abenoja, 2001; Timothy, 1999).

2.2 Impactos do turismo: Percepções dos Residentes

O impacto percebido do desenvolvimento do turismo nas comunidades foi explorado em vários estudos anteriores (Andereck et al., 2005; Hall & Page, 2014; Kim et al., 2013; Sharpley, 2014; Vareiro et al., 2013; Rasoolimanesh et al., 2017). Segundo esse último autor (2017) as comunidades são diretamente afetadas pelo desenvolvimento da indústria do turismo e pelas subseqüentes interações com os turistas, que podem resultar em mudanças nos valores, padrões de comportamento, estilos de vida e qualidade de vida dos membros da comunidade.

As percepções são examinadas para entender como as partes interessadas (por exemplo, residentes e turistas) interpretam os impactos - positivos e negativos - de uma determinada atividade turística (por exemplo, enoturismo). Dado que as percepções informam as atitudes dos indivíduos (ou seja, a tendência de ser de certa forma) e que ambos os termos estão intimamente relacionados, as atitudes e percepções são usadas indistintamente em muitos estudos de turismo e são medidas com itens e escalas semelhantes (Xu et al., 2016; Andereck & Nyaupane, 2011; Mcgehee & Andereck, 2004).

Segundo Rasoolimanesh et al. (2017) o turismo pode influenciar as comunidades anfitriãs econômica, social e ambientalmente. Os impactos econômicos positivos do turismo incluem aumento da renda familiar, melhoria dos padrões de vida, criação de mais empregos e oportunidades de emprego e melhores fluxos de receita tributária (Andereck et al., 2005; Choi & Sirakaya, 2006; Ko & Stewart, 2002). Os impactos econômicos negativos do turismo incluem um aumento no custo de vida (Liu & Var, 1986; Rasoolimanesh et al., 2015); aumento no preço

de bens de propriedade e outros produtos (Andereck et al., 2005; Brunt & Courtney, 1999); e aumento nos impostos sobre a propriedade (Latkova & Vogt, 2012).

Os impactos socialmente positivos do turismo estão relacionados ao aumento da disponibilidade de instalações recreativas e de entretenimento nas comunidades anfitriãs, facilidade da compreensão da identidade cultural e promoção da preservação e do renascimento das artes, cultura e artesanato tradicionais (Rasoolimanesh et al., 2017; Tovar & Lockwood, 2008; Kim, 2002; Mcgehee, Andereck & Vogt, 2002). Já os impactos sociais negativos incluem a mudança dos sistemas e relacionamentos de valores familiares; a superlotação de instalações e serviços, o congestionamento de tráfego nas estradas (Rasoolimanesh et al., 2017; Brunt & Courtney, 1999; Ko & Stewart, 2002; Latkova & Vogt, 2012; Kousis, 1989; Liu & Var, 1986); aumento da criminalidade e da disponibilidade de drogas (Deery, Jago & Fredline, 2012; Ko & Stewart, 2002; Tosun, 2002); aumento da prostituição (Akama & Kieti, 2007; Matarrita-Cascante, 2010; Park & Stokowski, 2009); aumento de lixo e alcoolismo público (Ko & Stewart, 2002; Latkova & Vogt, 2012; Tosun, 2002). Além disso, de uma perspectiva ambiental, os impactos potenciais negativos do desenvolvimento do turismo incluindo danos ao ambiente natural e aumento da poluição ambiental, do ar, água e outras formas (Rasoolimanesh et al., 2017; Ko & Stewart, 2002).

Xu et al. (2016) argumentam que os estudos que avaliam as percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo se concentram no conjunto de impactos produzidos na comunidade e no meio ambiente (Andereck & Nyaupane, 2011). Os benefícios comuns percebidos associados ao turismo são o aumento de oportunidades de emprego, melhoria da qualidade de vida e o intercâmbio cultural entre turistas e residentes. Os impactos negativos percebidos incluem o aumento nos preços de bens e serviços, aumento no congestionamento do tráfego e danos ao ambiente natural e à paisagem (Xu et al., 2016; Gursoy & Rutherford, 2004; Ko & Stewart, 2002).

As percepções dos residentes sobre os impactos do turismo são um indicador crítico de seu apoio e participação no desenvolvimento do turismo e da viabilidade do desenvolvimento e gestão do turismo sustentável (Rasoolimanesh et al., 2017; Gursoy et al., 2002; Jaafar et al., 2015; Nicholas et al., 2009). A percepção de impactos positivos na comunidade incentiva os residentes a apoiar o desenvolvimento do turismo, enquanto a percepção de impactos negativos os afasta do apoio ao desenvolvimento do turismo (Rasoolimanesh et al., 2017; Sharpley, 2014).

Então, é importante desenvolver o local e o entorno como destino turístico, a fim de fomentar o desenvolvimento econômico das comunidades locais, bem como priorizar

programas de conservação sustentável dentro da área para a manutenção do próprio local (Rasoolimanesh et al., 2017; Jaafar et al., 2015; Jimura, 2011). Além disso, o desenvolvimento do turismo em destinos rurais pode ajudar a comunidade local a promover sua cultura, contribuindo assim para a preservação das culturas locais, aumento do orgulho dos residentes por sua cultura (Gursoy et al., 2002; Jaafar et al., 2015; Kim, 2002). Portanto, é imperativo alcançar um equilíbrio entre os impactos econômicos e sociais positivos do desenvolvimento do turismo e a necessidade de conservar os recursos patrimoniais locais (Rasoolimanesh et al., 2017; Nicholas et al., 2009; Su & Wall, 2014; Telfer & Sharpley, 2008).

2.3 Medições das percepções dos residentes: comunidade e abordagens pessoais

A avaliação dos impactos percebidos do turismo em três dimensões (econômica, social e ambiental) tem sua origem com Jurowski et al. (1997), sendo posteriormente evoluída para uma escala de seis dimensões positiva e negativa, econômica, socio-cultural e impactos ambientais (Xu et al., 2016; Chen & Chen, 2010; Ko & Stewart, 2002; Kuvan & Akan, 2005; Vargas-Sanchez, Plaza-Mejia & Porras-Bueno, 2009; Yoon, Gursoy & Chen, 2001). Para a avaliação da percepção dos impactos da atividade do enoturismo pelos residentes de São Joaquim/SC utilizou-se uma adaptação desta escala.

Vários pesquisadores investigaram os impactos percebidos e benefícios pessoais associados ao desenvolvimento do turismo (McGhee & Andereck, 2004; Wang & Pfister, 2008). Mais recentemente um estudo das percepções dos residentes sobre os impactos do turismo na qualidade de vida integrou as percepções dos residentes sobre o benefício pessoal como mediador, confirmando a necessidade de incluir uma medida de benefício pessoal ao examinar as percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo (Xu et al., 2016; Andereck & Nyaupane, 2011).

Xu et al. (2016) argumenta que são escassos os estudos que avaliam as percepções dos residentes sobre atrações turísticas lineares, e os existentes enfocam principalmente os impactos econômicos, destacando o estudo de Bowker, Bergstrom e Joshua (2007) sobre a Creeper Rail Trail na Virgínia (EUA), um ativo de alto valor para a comunidade local devido aos gastos dos turistas ao longo da trilha, e de Briedehann e Wickens (2004) um estudo das rotas de turismo rural na África do Sul, economicamente benéficas para as comunidades do entorno, pois estimulam a cooperação e as parcerias entre os locais.

Já quanto aos benefícios culturais associados a atrações turísticas lineares também foram identificados, especialmente na forma de aumento do orgulho da comunidade (Xu et al., 2016; Besculides, Lee & McCormick, 2002; Boley & Johnson Gaither, 2016). Xu et al. (2016) destacam que os benefícios culturais foram relatados nos EUA como identificação étnica ao longo do caminho histórico e cênico Los Caminos Antiguos (Besculides et al., 2002) e como coesão da comunidade ao longo do Corredor de Patrimônio Cultural Gullah Geechee (Boley & Johnson Gaither, 2016).

O resultado do estudo de Vukovic, Maiti, Vujko e Shams (2020) analisando as percepções dos residentes sobre o enoturismo na região da Sérvia, constatou que o governo local deve aumentar seus esforços para fornecer tudo o que é necessário para o desenvolvimento do enoturismo, ainda mostrou que a atitude positiva da população local é um elo essencial do desenvolvimento. Essa compreensão das percepções dos residentes otimiza a gestão do destino no futuro e, mais importante, o desenvolvimento local sustentável.

3. METODOLOGIA

Considerando o objetivo desta pesquisa, definiu-se como tipologia a pesquisa descritiva, com corte transversal, com o delineamento quantitativo, e procedimentos de pesquisa levantamento. Considerou-se como população os residentes de São Joaquim/SC, que moram e trabalham na cidade, que tenham ou não relações com as vinícolas da cidade. Fez-se a opção por uma amostra não probabilística por conveniência, na qual os elementos são selecionados por serem imediatamente disponíveis. Apesar das críticas, pois não é possível calcular com precisão o erro padrão, a escolha se deu porque o estudo não exige tanta representatividade de elementos da população, mas sim de uma cuidadosa escolha de elementos com certas características especificadas previamente (Cooper & Schindler, 2016; Malhotra, 2012; Sampieri, Callado & Lucio, 2013).

O levantamento foi realizado no período de Fevereiro a Maio de 2021, ainda no período de pandemia da Covid-19, período regulado por distanciamento e isolamento social. São Joaquim/SC possui uma população de 24.812 mil habitantes, de acordo com o Censo de 2010 (IBGE, 2021) e o IDH de 0,687, um dos mais baixos de Santa Catarina (Governo SC, 2021).

Foi utilizado o questionário de Xu et al. (2016) para coletar informações sobre as características sociodemográficas dos residentes, bem como suas percepções sobre o enoturismo. Os dados sociodemográficos consultados foram idade em anos, nível de escolaridade, se possuem residência atual e o tempo de residência na cidade em anos. Para a

frequência das visitas às vinícolas foi utilizada uma escala Likert de cinco pontos. O nível de envolvimento dos residentes com o enoturismo foi questionado por meio de cinco declarações: “Participa da Vindima com organizadores/colaboradores; trabalha numa das vitivinícolas da cidade e região; trabalha no comércio de vinhos e da uva; membro de uma organização vitivinícola; trabalha em alguma organização relacionada ao setor turístico; tem familiares e amigos que trabalham nas vinícolas; e sem conexão com qualquer atividade relacionada ao vinho”.

A seguir foi utilizada uma escala de benefícios pessoais proposto por Xu et al. (2016), adaptando-se as questões e termos de turismo em geral para enoturismo, compreendendo sete itens que representam duas dimensões: *Valorização pessoal* representou benefícios que atingem diretamente a vida do participante (4 itens; por exemplo, “O valor da minha propriedade aumentou”; “Tenho mais oportunidades de participar de atividades recreativas”); A *Senciência da Comunidade* capturou um conjunto de benefícios pessoais que os residentes experimentam indiretamente como resultado do aprimoramento de sua comunidade (3 itens; por exemplo, “Sinto que minha comunidade é um lugar melhor para se viver”, “Eu me importo mais com os recursos naturais da minha comunidade”).

Na sequência foi utilizada uma escala de impactos na comunidade proposto por de Xu et al. (2016) compreendendo 24 itens que representam três dimensões de impactos positivos e negativos percebidos: *Impactos econômicos* (8 itens; por exemplo, “Estabilidade econômica da comunidade”; “Preços de bens e serviços”), *Impactos socioculturais* (8 itens; por exemplo, “sentimento da comunidade”, “crime na comunidade”) e *Impactos ambientais* (8 itens; por exemplo, “qualidade de infraestrutura e instalações públicas”, “congestionamento de tráfego e problemas de estacionamento”). A escala pode ser conferida no item de resultados da pesquisa.

Para a construção do questionário foi utilizado os recursos do Google Forms e a divulgação e aplicação foi realizada através da mídia social Facebook, utilizando recursos de segmentação de público por geolocalização, que permite selecionar uma audiência específica para seu conteúdo com base em sua localização, para alcançar e convidar os moradores para responderem a pesquisa. Ainda foram utilizados recursos como WhatsApp e e-mail para alcançar outros respondentes.

Considerando as restrições do período de levantamento de dados e o tipo amostra não-aleatória, a amostra resultou em 118 moradores que aceitaram a participar da pesquisa. Esse número ficou prejudicado pelo período da pandemia que inibiu a ação pessoal dos pesquisadores para o levantamento de campo, porém teve-se o cuidado para escolher os

respondentes moradores da cidade via recursos das mídias sociais. Após o tratamento dos dados e seleção dos questionários restaram 103 válidos, sendo que 15 foram descartados por preenchimento errado ou falha no preenchimento.

Os dados foram organizados a partir das categorias de análises estabelecidas pela escala de Xu et al. (2016), utilizando referencial teórico para caracterizar os principais impactos da atividade do enoturismo percebido pelos residentes. Como o número de respondentes foi pequeno (103 válidos) as análises ficaram limitadas as análises descritivas. Segundo Veal (2011) amostras pequenas impedem análises significativas, dessa forma optou-se pelas ferramentas da estatística descritiva, técnicas univariadas como médias e frequências das respostas em relação ao perfil dos respondentes. Para o tratamento e análise dos dados foram utilizados os *softwares Microsoft Excel, Statistical Package for the Social Sciences – SPSS (v.23)*.

4. RESULTADOS

São Joaquim/SC é tradicionalmente um destino turístico de inverno, por suas belezas naturais e sua característica da altitude, que atrai muitos turistas pelo frio e a neve. Recentemente, a atividade de vitivinicultura ganhou força e a cidade tem hoje cadastradas dez vinícolas que se dedicam a produzir vinhos finos de alta qualidade. Conforme o Censo de 2010, São Joaquim possui uma população de 24.812 habitantes (IBGE, 2021) e IDH de 0,687, um dos mais baixos de Santa Catarina, e o salário médio é de 1,9 salário-mínimo, revelando carências que podem ser combatidas com o sucesso da atividade turística (Governo SC, 2021).

Com a produção dos vinhos, ganha força a atividade do enoturismo, reconhecido pelo deslocamento de pessoas com o interesse particular não só no vinho, mas também na gastronomia, na natureza, na cultura local, entre outros atrativos. Cabe destacar que segundo Marzo-Navarro e Pedraja-Iglesias (2009) os enoturistas caracterizam-se por possuírem rendimentos mais elevados e níveis altos de escolaridade (Vorobiova et al., 2019), apreciam o vinho, as tradições e tipicidade das localidades que produzem esse tipo de bebida (Locks & Tonini, 2005), por isso, em muitas vezes já tiveram outras experiências em vinícolas (Garibaldi et al., 2017).

A seguir serão apresentados os resultados da pesquisa com as características sociodemográficas da amostra, a percepção dos impactos pelos residentes, benefícios pessoais, impactos econômicos, socioculturais, impactos econômicos, entre outras análises estatísticas por grupos.

4.1 Características sociodemográficas da amostra

Quanto às características sociodemográficas da amostra foram utilizadas as categorias de faixa de idade, nível de escolaridade, renda familiar, se possui propriedade na cidade, e quanto tempo que reside na cidade, descritas a seguir. No total de questionários válidos foram 103 respondentes, moradores da cidade de São Joaquim/SC.

Quanto a faixa de idade, verificou-se que houve uma predominância de representantes das faixas de 25 a 54 anos (68%), representantes legítimos da geração X e Y, pessoas que valorizam o trabalho tradicional (X) e o empreendedorismo (Y); além disso possuem uma boa experiência de vida ativa, estudam, trabalham e se divertem na cidade. Poucos representantes das gerações Z (até 22 anos) e dos Baby boomers (acima de 65 anos).

Quanto à escolaridade, verificou-se que os respondentes possuem um nível elevado de estudo, sendo que 55,4% possuem graduação ou pós-graduação, sugerindo que são pessoas com conhecimento e senso crítico, isso possivelmente influenciado pelos representantes da geração Y, que buscam mais ensino e informação.

Para a categorização da renda familiar foi considerado o salário-mínimo de referência (SMR) de 2021 no valor de R\$ 1.100,00. Assim, de acordo com a maioria dos respondentes (58%) possuem renda até 5 salários (Menos de 3 SM e de 3 a 5 SM), representativo do salário médio de mensal dos trabalhadores formais de São Joaquim de 1,9, o que corresponde a R\$ 1.900,00, segundo os dados do IBGE (2021).

Verificou-se também que a maioria dos respondentes (60%) são proprietários de imóvel e outros 10% são locatários na cidade. Um grupo de 30% informou que não são proprietários e nem locatários, porém como a pergunta filtro para responder o questionário era morar em São Joaquim, supõem-se que estes moram com família ou grupos de amigos.

Já quanto ao tempo que vive na cidade, verificou-se que a maioria dos respondentes (88,3%) vivem na cidade há mais de 11 anos (de 11 a 20 anos e 21 anos e mais). São pessoas que vivenciaram muitas transformações da cidade, de predominantemente rural, maior produtora de maçãs do país, e hoje uma cidade que é receptora do turismo de inverno, o desenvolvimento da atividade de vitivinicultura, o surgimento das vinícolas e do enoturismo.

Verificou-se também que 44,7% dos respondentes indicaram não ter conexões com qualquer atividade relacionada ao vinho, enquanto 24,3% possuem familiares que trabalham nas vitivinícolas, 15,5% trabalham em organizações relacionadas ao setor de turismo, 11,7% participam da vindima como organizador/colaborador, e 3,9% trabalham em uma vitivinícola ou em comércio de vinhos e uvas. Este resultado demonstra que as respostas foram bem

equilibradas entre pessoas que possuem envolvimento com as vinícolas e aquelas que não possuem conexões ou envolvimento com as atividades relacionadas ao vinho.

Quanto à visitação e participação das atividades promovidas pelas vinícolas, pode-se observar que há um baixo engajamento dos residentes nas atividades promovidas pelas vinícolas, apenas 22% dos respondentes indicaram que participam frequentemente, 25% nunca frequentaram e 53% frequentam e participam as vezes e/ou raramente. Isso pode indicar um distanciamento das pessoas da cidade na visitação e participação das atividades promovidas pelas vinícolas, apontando para uma compreensão limitada da atividade e sua contribuição para a comunidade, desafiando o planejamento e gerenciamento do enoturismo (Xu et al., 2016).

4.2 Percepção dos impactos do Enoturismo pelos residentes

Neste item apresentar-se-ão os resultados da percepção dos residentes quanto aos benefícios pessoais e impactos na comunidade como reflexo do enoturismo. Para isso foi utilizado os recursos da estatística descritiva, considerando a escala de Likert de 5 pontos, sendo: (1) Discordo totalmente, (2) Discordo parcialmente, (3) Neutro, (4) Concordo parcialmente, e (5) Concordo totalmente. De acordo com Xu et al. (2016) os aspectos podem ser positivos ou negativos, assim para a avaliação foi considerado que os valores maiores do que 3,01 indicam percepção positiva e os valores iguais ou menores do que 3 indica percepção negativa.

O primeiro grupo de questões tratou dos benefícios pessoais associados às vinícolas, sendo que as três últimas questões são referentes à senciência, ou seja, os benefícios pessoais que os residentes experimentam indiretamente como resultado do aprimoramento de sua comunidade (Xu et al., 2016).

Tabela 01: Benefícios pessoais percebidos.

Benefícios	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
Tenho mais oportunidades de participar de atividades culturais e recreativas	103	1,0	5,0	3,592	1,339
A qualidade da minha vida pessoal melhorou	103	1,0	5,0	3,136	1,328
O valor da minha propriedade aumentou	103	1,0	5,0	3,165	1,336
Preocupo-me mais com os recursos culturais da minha comunidade	103	1,0	5,0	3,748	1,296
Preocupo-me mais com os recursos naturais da minha comunidade	103	1,0	5,0	3,874	1,296
Acho que minha comunidade é um lugar melhor para se viver	103	1,0	5,0	3,883	1,381
N válido (listwise)	103			3,566	1,329

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Verifica-se na tabela, na coluna de Desvio Padrão, que as respostas foram mais dispersas (DP acima de 1,00) indicando que há uma dispersão das respostas quanto à percepção dos benefícios pessoais pelos respondentes. Já o valor médio dos benefícios pessoais percebidos é positivo (3,566) relacionado a atividade do enoturismo, demonstrando uma percepção moderada dos benefícios. Os itens que mais colaboraram para o valor positivo dos pessoais foram os itens da senciência (destacados na tabela), onde as médias foram mais altas, sendo a preocupação com os recursos culturais (3,748), com os recursos naturais (3,874) e ser um lugar melhor para viver (3,883). Enquanto as médias baixas foram a “melhoria da qualidade de vida” (3,136) e “o valor de minha propriedade aumentou” (3,165).

Em estudo similar na região da Sérvia, Vukovic, Maiti, Vujko & Sams (2020) concluíram que o benefício pessoal do residente associado às vinícolas está fortemente relacionado ao impacto percebido pelos residentes das vinícolas nas comunidades locais, sendo que as percepções positivas dos residentes sobre o turismo do vinho a aumentos nas receitas de vendas, proteção ambiental e comunicação intrapessoal e interpessoal.

O segundo grupo de questões tratou da percepção dos impactos econômicos na comunidade como reflexo do enoturismo (Tabela 02). Pode-se verificar na coluna de Desvio Padrão, da mesma forma do que na dimensão anterior que os respondentes não apresentaram um padrão de respostas (DP acima de 1,00), quanto à percepção dos impactos econômicos.

Tabela 02: Impactos econômicos percebidos.

	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
Os turistas estão gastando mais	103	1,0	5,0	4,000	1,2046
Aumentou a variedade de negócios locais	103	1,0	5,0	3,932	1,1985
Abriam novas empresas locais	103	1,0	5,0	3,893	1,2360
Aumentou o número de empregos	103	1,0	5,0	3,854	1,2634
O imposto sobre imóveis e propriedades aumentou	103	1,0	5,0	3,650	1,2580
Os preços de bens e serviços aumentou	103	1,0	5,0	3,748	1,1523
Há uma estabilidade econômica da comunidade	103	1,0	5,0	2,932	1,1312
Diminuiu a desigualdade econômica entre residentes]	103	1,0	5,0	2,223	1,1958
N válido (listwise)	103			3,529	

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Verifica-se na tabela que os impactos econômicos positivos mais percebidos pelos respondentes foram o aumento dos gastos dos turistas (4,00), o aumento da variedade de negócios locais (3,932), abertura de novas empresas (3,893) e o número empregos na cidade (3,854). Porém, as variáveis “estabilidade econômica da comunidade” (2,932) e a “diminuição da desigualdade econômica” (2,223) avaliadas como negativas. Essas duas variáveis negativas podem ser reflexo do período de pandemia do Covid-19, quando foi realizada a pesquisa.

Os aspectos em destaque “o imposto sobre imóveis e propriedade aumentou” (3,650) e “os preços de bens e serviços aumentou” (3,748) representam os impactos econômicos negativos na comunidade, e são reconhecidos pelos respondentes. Esses impactos negativos do turismo (Rasoolimanesh et al., 2017; Xu et al., 2016) incluem os aumentos no custo de vida, no preço de bens e serviços e nos impostos sobre a propriedade.

A Tabela 03 demonstra a percepção dos impactos socioculturais na comunidade como reflexo do Enoturismo. O desvio padrão teve o mesmo comportamento da dimensão anterior, demonstrando percepções diferentes dos impactos socioculturais.

Tabela 03: Impactos socioculturais.

	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
Há mais opções de atividades culturais e recreativas	103	1,0	5,0	3,447	1,3115
Há maior zelo pela conservação do patrimônio local	103	1,0	5,0	3,282	1,3017
Melhorou a qualidade de vida dos residentes de São Joaquim	103	1,0	5,0	3,194	1,2131
Melhorou a qualidade dos serviços públicos	103	1,0	5,0	3,068	1,3081
O número de ocorrências policiais aumentou	103	1,0	5,0	3,175	1,3316
N válido (<i>listwise</i>)	103			3,233	

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Verifica-se na tabela que os respondentes possuem uma percepção moderada dos impactos socioculturais (3,233), porém positiva da atividade do enoturismo. O impacto sociocultural que mais se destaca é “há mais opções de atividades culturais e recreativas” (3,447) e o que mais contribui positivamente. Já sobre os aspectos “zelo e conservação do patrimônio local (3,282)”, “qualidade de vida dos residentes (3,194)” e “qualidade dos serviços públicos (3,068)”, os respondentes tiveram um posicionamento mais crítico. Quanto ao impacto negativo da atividade, os respondentes concordaram que “o número de ocorrências policiais aumentou” (Rasoolimanesh et al., 2017; Xu et al., 2016).

A Tabela 04 demonstra os resultados da percepção dos Impactos Ambientais na comunidade como reflexo do enoturismo.

Tabela 04: Impactos Ambientais.

	N	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
Melhorou a percepção da beleza de paisagens locais	103	1,0	5,0	3,951	1,2632
Aumentou a consciência ambiental	103	1,0	5,0	3,388	1,2621
A tranquilidade da comunidade permanece a mesma	103	1,0	5,0	2,990	1,3321
Melhorou a qualidade da infraestrutura e instalações públicas	103	1,0	5,0	3,117	1,2857
Aumentou os problemas de trânsito	103	1,0	5,0	3,456	1,3194
Aumentou a quantidade de Lixo	103	1,0	5,0	3,330	1,3459
N válido (<i>listwise</i>)	103			3,372	

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Verifica-se que nesta dimensão dos impactos ambientais os respondentes avaliaram de forma moderada, mas positivamente (3,372). Como maior aspecto positivo, “a percepção da beleza das paisagens locais” (3,951), enquanto que “a tranquilidade da comunidade (2,990) foi avaliada como negativa, indicando que houve uma diminuição da tranquilidade com a atividade do enoturismo. Destaca-se também as variáveis do impacto negativo “aumento dos problemas de trânsito” (3,456) e “aumento da quantidade de lixo” (3,330), itens também reconhecidos nas pesquisas de Rasoolimanesh et al. (2017) e Xu et al. (2016).

A seguir utilizou-se das técnicas estatísticas de comparação de médias (Teste t) para se verificar se há diferenças na percepção de Proprietários e Não proprietários quanto aos benefícios pessoais das atividades vinícolas, conforme demonstrado na Tabela 05 a seguir. Podendo-se observar que o Teste t-independente mostrou que em média os proprietários apresentam percepção maior dos benefícios pessoais do que a dos não proprietários, sendo os aspectos de maior significância: “Tenho mais oportunidades de participar de atividades culturais e recreativas” ($t(101)=3,011$; $p<0,05$); “A qualidade da minha vida pessoal melhorou” ($t(101)=2,414$; $p<0,05$); e “O valor da minha propriedade aumentou” ($t(101)=3,100$; $p<0,05$).

Tabela 05: Teste de amostras independentes

		Teste de Levene		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilat)	Dif. média	Erro padrão da diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
									Infer.	Sup.
Tenho mais oportunidades de participar de atividades culturais e recreativas	Var. iguais assumidas	,351	,555	3,011	101	,003	,7813	,2595	,2666	1,2960
	Var. iguais não assumidas			2,952	79,891	,004	,7813	,2647	,2545	1,3080
A qualidade da minha vida pessoal melhorou	Var. iguais assumidas	2,063	,154	2,414	101	,018	,6310	,2614	,1125	1,1495
	Var. iguais não assumidas			2,355	78,401	,021	,6310	,2680	,0976	1,1644
O valor da minha propriedade aumentou	Var. iguais assumidas	,021	,886	3,100	101	,003	,8009	,2583	,2885	1,3134
	Var. iguais não assumidas			3,077	83,533	,003	,8009	,2603	,2832	1,3187

Preocupo-me mais com os recursos culturais da minha comunidade	Var. iguais assumidas	,186	,667	1,508	101	,135	,3910	,2594	-,1235	,9055
	Var. iguais não assumidas			1,532	90,350	,129	,3910	,2552	-,1160	,8980
Preocupo-me mais com os recursos naturais da minha comunidade	Var. iguais assumidas	,460	,499	1,377	101	,172	,3576	,2598	-,1577	,8729
	Var. iguais não assumidas			1,374	85,342	,173	,3576	,2602	-,1597	,8749
Acho que minha comunidade é um lugar melhor para se viver	Var. iguais assumidas	,027	,870	1,053	101	,295	,2927	,2779	-,2586	,8439
	Var. iguais não assumidas			1,067	89,511	,289	,2927	,2743	-,2523	,8377

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

O mesmo teste foi realizado para se verificar a percepção dos impactos econômicos por proprietários e não proprietários (Tabela 06).

Tabela 06 - Teste de amostras independentes Proprietários e não proprietários - Impactos econômicos.

		Teste de Levene		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilat)	Dif. média	Erro padrão da diferença	95% Intervalo de Confiança	
									Infer.	Sup.
Os turistas estão gastando mais	Var. iguais assumidas	5,261	,024	1,686	101	,095	,4052	,2403	-,0715	,8819
	Var. iguais não assum.			1,600	70,443	,114	,4052	,2533	-,0999	,9103
Aumentou a variedade de negócios locais	Var. iguais assumidas	2,566	,112	1,044	101	,299	,2518	,2412	-,2266	,7302
	Var. iguais não assum.			1,015	77,575	,313	,2518	,2479	-,2419	,7454
Abriram novas empresas locais	Var. iguais assumidas	1,009	,318	,588	101	,558	,1467	,2496	-,3484	,6419
	Var. iguais não assum			,580	81,806	,564	,1467	,2530	-,3566	,6500
Aumentou o número de empregos]	Var. iguais assumidas	1,946	,166	2,111	101	,037	,5279	,2501	,0318	1,0241
	Var. iguais não assum			2,085	82,221	,040	,5279	,2532	,0243	1,0315
O imposto sobre imóveis	Var. iguais assumidas	,000	,998	-,212	101	,833	-,0539	,2544	-,5586	,4508

e propriedades aumentou]	Var. iguais não assum			-,211	85,031	,833	-,0539	,2551	-,5611	,4533
Os preços de bens e serviços aumentou	Var iguais assumidas	,527	,469	-,409	101	,684	-,0952	,2329	-,5572	,3668
	Var. iguais não assum			-,400	79,439	,690	-,0952	,2380	-,5688	,3784
Há uma estabilidade econômica da comunidade	Var iguais assumidas	,645	,424	,038	101	,970	,0087	,2288	-,4453	,4626
	Var. iguais não assum			,038	88,582	,970	,0087	,2266	-,4417	,4590
Diminuiu a desigualdade econômica entre residentes]	Var iguais assumidas	3,651	,059	1,036	101	,302	,2494	,2406	-,2279	,7268
	Var. iguais não assum			1,077	95,870	,284	,2494	,2316	-,2103	,7091

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Após a realização foi verificado que não houve significância ($p > 0,05$) nos valores das médias entre proprietários e não proprietários, demonstrando não haver diferença significativa na percepção, com exceção da variável “Aumentou o número de empregos” ($t(101) = 2,111$; $p < 0,05$). Isso pode ser pelo fato de que tanto proprietários quanto não proprietários são moradores da cidade.

O mesmo teste foi repetido para a percepção dos impactos socioculturais e ambientais por proprietários e não proprietários (Tabela 07).

Tabela 07 - Teste de amostras independentes – Proprietários e não proprietários - Impactos socioculturais.

	Teste de Levene	teste-t para Igualdade de Médias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilat)	Dif. média	Erro padrão da dif.	95% Interv. Conf.	
									Infer.	Sup.
Há mais opções de atividades culturais e recreativas	Var. iguais assumidas	1,707	,194	1,279	101	,204	,3367	,2632	-,1853	,8588
	Var. iguais não assumidas			1,315	93,395	,192	,3367	,2560	-,1716	,8451
Há maior zelo pela conservação do patrimônio local	Var. iguais assumidas	1,997	,161	,392	101	,696	,1031	,2631	-,4189	,6250
	Var. iguais não assumidas			,401	92,405	,689	,1031	,2569	-,4072	,6133
Melhorou a qualidade de vida dos residentes de São Joaquim	Var. iguais assumidas	,301	,584	,655	101	,514	,1605	,2449	-,3253	,6463
	Var. iguais não assumidas			,658	87,128	,512	,1605	,2438	-,3240	,6450

Melhorou a qualidade dos serviços públicos	Var. iguais assumidas	1,602	,209	,581	101	,563	,1534	,2642	-,3706	,6775
	Var. iguais não assumidas			,596	92,749	,553	,1534	,2576	-,3581	,6650
O número de ocorrências policiais aumentou	Var. iguais assumidas	,170	,681	2,020	101	,046	,5334	,2641	,0096	1,0573
	Var. iguais não assumidas			2,019	85,593	,047	,5334	,2643	,0081	1,0588
Melhorou a percepção da beleza de paisagens locais	Var. iguais assumidas	,119	,731	,002	101	,999	,0004	,2555	-,5065	,5073
	Var. iguais não assumidas			,002	83,134	,999	,0004	,2578	-,5124	,5132
Aumentou a consciência ambiental	Var. iguais assumidas	1,709	,194	,146	101	,884	,0374	,2553	-,4690	,5438
	Var. iguais não assumidas			,151	93,836	,880	,0374	,2478	-,4547	,5295
A tranquilidade da comunidade permanece a mesma	Var. iguais assumidas	2,341	,129	,241	101	,810	,0649	,2694	-,4695	,5993
	Var. iguais não assumidas			,248	93,645	,805	,0649	,2618	-,4548	,5847
Melhorou a qualidade da infraestrutura e instalações públicas	Var. iguais assumidas	1,237	,269	,589	101	,557	,1530	,2596	-,3620	,6681
	Var. iguais não assumidas			,598	89,914	,551	,1530	,2559	-,3554	,6614
Aumentou os problemas de trânsito	Var. iguais assumidas	,857	,357	1,334	101	,185	,3529	,2646	-,1720	,8777
	Var. iguais não assumidas			1,301	78,343	,197	,3529	,2713	-,1872	,8930
Aumentou a quantidade de Lixo	Var. iguais assumidas	,027	,870	2,376	101	,019	,6294	,2650	,1038	1,1550
	Var. iguais não assumidas			2,349	82,496	,021	,6294	,2679	,0964	1,1624

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Neste caso o teste t-independente mostrou que em média os proprietários apresentam percepção dos impactos socioculturais e ambientais maior que a dos não proprietários quanto aos aspectos negativos, “o número de ocorrências policiais aumentou” ($t(101)=2,020$; $p<0,05$) e “aumentou da quantidade de lixo” ($t(101)=2,376$; $p<0,05$). Nos demais aspectos positivos os

valores não mostraram significância, portanto proprietários e não proprietários demonstram ter a mesma percepção.

Acerca dos resultados apurados pode-se afirmar que os respondentes que formaram esta amostra possuem percepções dispersas sobre os benefícios pessoais e impactos econômicos, socioculturais e ambientais na comunidade como reflexo da atividade do enoturismo. Bem como a percepção dos impactos positivos, destacando nesta pesquisa aspectos econômicos como o aumento dos gastos dos turistas, o aumento da variedade de negócios locais, a abertura de novas empresas e o número empregos na cidade. Em estudo sobre os impactos do Enoturismo no destino rural de Fruška Gora, na Sérvia, Vukovic et al. (2020) concluíram que o benefício pessoal do residente associado às vinícolas está fortemente relacionado ao impacto percebido pelos residentes das vinícolas nas comunidades locais.

Da mesma forma os impactos negativos também foram percebidos pelos respondentes dessa pesquisa, sendo os econômicos, o aumento do imposto sobre imóveis e propriedade e a elevação dos preços de bens e serviços e, sociocultural o aumento do número de ocorrências policiais e o aumento do congestionamento no trânsito.

Ao se testar os resultados comparando-se as amostras de proprietários e não proprietários, verificou-se que os proprietários possuem uma percepção moderada dos benefícios e dos impactos da atividade do enoturismo. De acordo com Rasoolimanesh et al. (2017) as percepções dos residentes sobre os impactos do turismo são um indicador crítico de seu apoio e participação no desenvolvimento do turismo e da viabilidade do desenvolvimento e gestão do turismo sustentável, sendo que a percepção de impactos positivos incentiva os residentes a apoiarem o desenvolvimento do turismo, enquanto a percepção de impactos negativos os afasta do apoio.

Daí surgiu a questão se os residentes que visitam e/ou frequentam as atividades promovidas pelas vinícolas possuem uma percepção maior do que aqueles que não frequentam? Nesse sentido, comparou-se os resultados dos benefícios percebidos entre os que frequentam (frequentemente, raramente e as vezes) e não frequentam as vinícolas (Tabela 08).

Tabela 08: Estatísticas de grupo.

Costuma visitar e/ou participar das atividades promovidas pelas vinícolas de São Joaquim? Não frequentam= 01 Frequentam frequentemente, raramente e as vezes= 2		N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
Tenho mais oportunidades de participar de atividades culturais e recreativas	1,0 2,0	26 77	4,269 3,364	1,2824 1,2867	,2515 ,1466
A qualidade da minha vida pessoal melhorou	1,0 2,0	26 77	3,962 2,857	1,2484 1,2430	,2448 ,1417
O valor da minha propriedade aumentou	1,0 2,0	26 77	3,769 2,961	1,3359 1,2819	,2620 ,1461
Preocupo-me mais com os recursos culturais da minha comunidade	1,0 2,0	26 77	4,000 3,662	1,4422 1,2419	,2828 ,1415
Preocupo-me mais com os recursos naturais da minha comunidade	1,0 2,0	26 77	4,038 3,818	1,4827 1,2325	,2908 ,1405
Acho que minha comunidade é um lugar melhor para se viver	1,0 2,0	26 77	4,308 3,740	1,4634 1,3318	,2870 ,1518

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Os resultados da Tabela 08 apontam que os residentes que não frequentam as atividades promovidas pelas vinícolas possuem uma percepção dos benefícios menor do que os que frequentam. Pode-se considerar, então, que o envolvimento dos moradores com as vinícolas tem influência direta na percepção dos benefícios, ampliando a compreensão da atividade como contribuição para o desenvolvimento da comunidade e localidade. A atitude positiva da população local é um elo essencial para o desenvolvimento (Vukovic et al., 2020) bem como o envolvimento são fatores determinantes para o sucesso do turismo (Gursoy & Rutherford, 2004; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002), no caso dessa pesquisa do enoturismo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos afirmar que o objetivo da pesquisa foi alcançado ao se obter um retorno de uma parcela de residentes de São Joaquim que permitiu avaliar de que forma a comunidade local percebe os benefícios e impactos do enoturismo na cidade e, assim, responder à pergunta de pesquisa. Há, de fato, uma percepção sobre os benefícios da atividade por parte dos residentes, porém com ressalvas que podem ser identificadas a partir da leitura criteriosa das respostas quantificadas, como passamos a elencar a seguir.

Como resultados foram apurados que os residentes percebem de forma moderada os benefícios pessoais e os impactos econômicos, socioculturais e ambientais como reflexo do enoturismo, bem como possuem percepções dispersas identificadas nos resultados do desvio padrão. Pode-se observar também que os residentes proprietários possuem uma maior

percepção tanto dos benefícios pessoais quanto dos impactos econômicos, socioculturais e ambientais como reflexos do turismo do vinho. Com isso, pode-se considerar que quanto maior a percepção pelos residentes, maior será o interesse e participação destes nas atividades promovidas pelas vinícolas.

Essa percepção moderada pode ser influenciada pelas diferenças socioeconômicas existentes entre os moradores da cidade de São Joaquim e os enoturistas. No mesmo sentido, o pouco engajamento que esta pesquisa obteve pode ser explicado pelo fato de muitos respondentes nunca terem conhecido alguma vinícola ou pela pouca participação nas atividades promovidas por elas.

Do mesmo modo, a diferença da percepção dos benefícios entre os que frequentam ou não frequentam as atividades promovidas pelas vinícolas demonstra que a falta de envolvimento da comunidade faz com que ela não perceba os seus benefícios. Neste caso, é necessário que haja iniciativas dos gestores públicos e do setor enoturístico para fazer com que a comunidade possa ter mais oportunidades de participar e se envolver com as atividades do enoturismo. A participação da comunidade tem sido amplamente discutida na literatura sob o domínio do turismo sustentável (Mowforth & Munt, 2003), com o planejamento turístico bem-sucedido contando com o apoio e envolvimento dos residentes (Hall & Richards, 2003).

Para Rasoolimanesh et al. (2017) é importante desenvolver o local e o entorno como destino turístico, a fim de fomentar o desenvolvimento econômico das comunidades locais, ao mesmo tempo em que prioriza programas de conservação sustentável dentro da área para a manutenção do próprio local. Bem como é imperativo alcançar um equilíbrio entre os impactos econômicos e sociais positivos do desenvolvimento do turismo e a necessidade de conservar os recursos patrimoniais locais.

Essa percepção dos aspectos positivos pelos residentes irá formar imagem positiva do enoturismo, aumentando o orgulho da atividade, e dessa forma, esses passarão a ser apoiadores e influenciadores para atrair mais visitantes para o destino. Assim, a afirmativa de que a percepção de impactos positivos na comunidade incentiva os residentes a apoiar o desenvolvimento do turismo, enquanto a percepção de impactos negativos os afasta do apoio ao desenvolvimento do turismo (Rasoolimanesh et al., 2017; Sharpley, 2014), também se aplica no segmento do enoturismo em São Joaquim/SC.

Os achados da presente pesquisa são consistentes com os resultados de estudo semelhante realizado na Sérvia, onde foi identificado que os efeitos econômicos são múltiplos, incluindo benefícios pessoais, de desenvolvimento local e de econômico regional (ou estadual);

o desenvolvimento sociocultural é frequentemente um dos fatores mais importantes dos destinos preferidos para visitas turísticas e moradores, sendo a principal característica em desenvolvimento nos destinos mais emergentes; e, por fim, a proteção ambiental é um dos objetivos mais importantes de todo governo (local, regional ou estadual), e o enoturismo caracteriza-se pela valorização da natureza, convergindo para esse fim (Vukovic et al., 2020).

Os resultados deste estudo destacam a importância da percepção positiva dos residentes para o desenvolvimento, bem como da sua compreensão pelos formuladores de políticas na construção e implementação de estratégias de enoturismo em regiões produtoras de vinho, assim como afirma Vukovic et al. (2020) que a compreensão das percepções positivas dos residentes otimiza a gestão do destino no futuro e, mais importante, o desenvolvimento local sustentável.

E, como contribuição científica, pode-se afirmar que a escala medição da percepção dos impactos do turismo desenvolvida por Xu et al. (2016) se aplica a segmentos de turismo, como nesse caso o enoturismo, respeitando-se as características e especificidades da atividade.

Concluindo, com o objetivo da pesquisa alcançado, os resultados descritos neste artigo, também poderão servir aos gestores das vinícolas e do destino como um todo, para avaliar suas ações e definir estratégias para potencializar os pontos positivos e compensar aqueles em que suas atividades não estejam atingindo um nível satisfatório no contexto da relação com os residentes.

Como limitações da pesquisa, primeiro, destaca-se o período de pandemia com as restrições de circulação de pessoas, afastamento e isolamento social inibiu a aplicação de forma direta como estava projetado no início da pesquisa ocasionando um baixo número de respondentes. Sugere-se que pesquisas futuras ampliem a amostra, incluindo moradores de outras cidades que compõem a região da de Indicação Geográfica de Vinhos de Altitude da Serra Catarinense. Outras pesquisas podem ser elaboradas com o objetivo de investigar a diversificação de um destino rural e suas implicações na cultura local. Pesquisas longitudinais que examinem as perspectivas dos residentes sejam realizadas para avaliar possíveis mudanças com o desenvolvimento do enoturismo na região.

REFERÊNCIAS

- Akama, J., & Kieti, D. (2007) Tourism and socio-economic development in developing countries: A case study of mombasa resort in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 735-748. <http://dx.doi.org/10.2167/jost543.0>.
- Andereck, K., & Nyaupane, G. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287510362918>.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>.
- Arsal, I. *et al.* (2010). Residents as travel destination information providers: An online community perspective. *Journal of Travel Research*, 49(4), 400-413.
- Beames, G. (2003). The rock, the reef and grape: the challenges of developing wine tourism in regional Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 205-212.
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Boley, B. B., & Gaither, C. J. (2016). Exploring empowerment within the Gullah Geechee cultural heritage corridor: implications for heritage tourism development in the Lowcountry. *Journal of Heritage Tourism*, 1-22. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2015.1080712>.
- Bowker, J., Bergstrom, J., & Joshua, G. (2007). Estimating the economic value and impacts of recreational trails: a case study of the Virginia Creeper Rail Trail. *Tourism Economics*, 13(2), 241-260.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515. [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(99\)00003-1](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(99)00003-1).
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, N. C., Dwyer, L., & Firth, T. (2018). Residents' place attachment and word-of-mouth behaviours: a tale of two cities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 1-11.
- Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing Community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>.

- Choo, H., Park, S.Y., & Petrick, J. F. (2011). The influence of the resident's identification with a tourism destination brand on their behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20, 198–216.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S. (2016). *Métodos de pesquisa em administração*. (12. ed). Porto Alegre: AMGH.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>.
- Dubrulle, P. (2007). *L'oenotourisme: une valorisation des produits et du patrimoine vitivincos*. Paris: Ministère de l'Agriculture et de la Pêche.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37–48.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29, 1, 56-78.
- Garibaldi, R., Stone, M. J., Wolf, E., & Pozzi, A. (2017). Wine travel in the United States: a profile of wine travellers and wine tours. *Tourism Management Perspectives*, 23, 53-57. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.04.004>.
- Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: a longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management*, 15, 147-258.
- Getz, D., Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27, p.146–158.
- Governo SC. Conheça SC. Recuperado em ago. 2021, de <https://www.sc.gov.br/conhecasc/municipios-de-sc/sao-joaquim>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Hair Junior, J. F. et al. (2009). *Análise multivariada de dados [recurso eletrônico]*. Trad. Adonai Schlup Sant'Anna. (6ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Hall, C., & Page, S. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. (4ª ed.). New York, NY: Routledge.
- Hall, D., & Richards, G. (2003). *Tourism and sustainable community development*. London, England: Routledge.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.

- Harrill, R., & Potts, T. D. (2003). Tourism planning in historic districts: attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), 233-244.
- Jaafar, M., Noor, S., & Rasoolimanesh, S. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the lenggong world cultural heritage site. *Tourism Management*, 48, 154-163. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.018>.
- Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities e a case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2), 288-296. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.005>.
- Jurowski, C., Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community* (PhD diss.). Blacksburg, VA: Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>.
- Ko, D., & Stewart, W. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. [http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177\(02\)00006-7](http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177(02)00006-7).
- Kotler, P., Asplund, C., Rein, I., & Heider, D. (1999). *Marketing places Europe: how to attract investments, industries, residents and visitors to European cities, communities, regions and nations in Europe*. London, United Kingdom: Prentice Hall.
- Kousis, M. (1989). Tourism and the family in a rural Cretan community. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 318-332. [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90047-9](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(89)90047-9).
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
- Latkova, P., & Vogt, C. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287510394193>.
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424. [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)80009-6](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(97)80009-6).
- Liu, J., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214. [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90037-x](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-x).

- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing [recurso eletrônico]: uma orientação aplicada*. (6a. ed.) Porto Alegre: Bookman.
- Marzo-Navarro, M., & Pedraja-Iglesias, M. (2009). Profile of a wine tourist and the correspondence between destination and preferred wine: a study in Aragon, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 670-687. <https://doi.org/10.1080/10548400903281251>.
- Matarrita-Cascante, D. (2010). Beyond growth: Reaching tourism-led development. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1141-1163. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2010.05.004>.
- McGehee, N. G., Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- McGehee, N. G., Lee, S., O'bannon, T. L., & Perdue, R. R. (2010). Tourism-related social capital and its relationship with other forms of capital: an exploratory study. *Journal of Travel Research*, 49(4), 486-500.
- McGehee, N., Andereck, K., & Vogt, C. (2002). An examination of factors influencing resident attitudes toward tourism in twelve Arizona communities. In: 33rd Annual Travel and Tourism Research Association Conference. Arlington, TX.
- Mitchell, R., & Reid, D. (2001). Community integration. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113-139. [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(00\)00013-x](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(00)00013-x).
- Mowforth, M., & Munt, I. (2003). *Tourism and sustainability*. (2° ed.). London, England: Routledge.
- Neves, J. M. O., & Silva, S.Q. (2011). Wine Tourism in Alentejo – Towards a conceptual framework. Book of proceedings, vol.II – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve.
- Nicholas, L., Thapa, B., & Ko, Y. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: the pitons management area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>
- Park, M., & Stokowski, P. (2009). Social disruption theory and crime in rural communities: Comparisons across three levels of tourism growth. *Tourism Management*, 30(6), 905-915. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.015>.
- Rasoolimanesh, S., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158.
- Raymond, C., & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes toward tourism growth and development. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 520-540.

- Ryan, C., & Montgomery, D. (1994). The attitudes of bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15, 358–369.
- Sampieri, R. H., Callado, C. F., Lucio, M. & Del P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa*. (5^o ed.). Porto Alegre: Penso.
- SANTUR – Santa Catarina Turismo (2020). Serra Catarinense. Recuperado de:
<<http://turismo.sc.gov.br/destinos/>
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: a review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>.
- Sheldon, P., & Abenoja, T. (2001) Resident attitudes in a mature destination: the case of waikiki. *Tourism Management*, 22(5), 435-443. [http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177\(01\)00009-7](http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177(01)00009-7).
- Sirisrisak, T. (2009). Conservation of Bangkok old town. *Habitat International*, 33(4), 405-411. <http://dx.doi.org/10.1016/j.habitatint.2008.12.002>
- Su, M., & Wall, G. (2014). Community participation in tourism at a world heritage site: mutianyu great wall, Beijing, China. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 146-156. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.1909>.
- Telfer, D., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. London, England: Routledge.
- Timothy, D. (1999). Participatory planning: a view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371-391. [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(98\)00104-2](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(98)00104-2).
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(01\)00039-1](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(01)00039-1).
- Tovar, C., Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: an Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 365-378. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.667>.
- Turismo São Joaquim. (2020). Sobre a Cidade. Recuperado de:
<<https://turismo.saojoaquim.sc.gov.br/sobre-a-cidade>
- Valduga, V. (2012). O desenvolvimento do enoturismo no vale dos vinhedos (RS/Brasil). *CULTUR – Revista de Cultura e Turismo*, 6(2), 127-143.
- Valle, P. O., Mendes, J., & Guerreiro, M. (2012). Residents' participation in events, events image, and destination image: a correspondence analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29, 647–664.
- Vareiro, L., Remoaldo, P., & Ribeiro, C. J. (2013). Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): a cluster analysis. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2012.707175>.

- Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M. D. L. A., & Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph.
- Vorobiova, N., Pinto, P., Pintassilgo, P., & Lavandoski, J. (2019). Motivations of tourists in wine regions: the case of la rioja, spain. *International Journal of Wine Business Research*, 32(3), 353-371. <http://dx.doi.org/10.1108/ijwbr-02-2019-0014>.
- Vukovic, D. B., Maiti, M., Vujko, A., & Shams, R. (2020). Residents' perceptions of wine tourism on the rural destinations development. *British Food Journal*, 122(8), 2739-2753.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., & Leung, Y. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.016>
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Flores, L. C. S., Cegatta Júnior, I., Jaski, P. G. & Flores, G. O. M. S. (2023). Contributo do enoturismo em São Joaquim/SC na percepção dos residentes. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 11(2), 317-345. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2023v11n2ID27785>
