

Serviços

Turismo avança com diferentes roteiros pelo Sul

Rio Grande quer aproveitar cruzeiros para atrair visitantes a roteiro histórico e à orla

Pelo menos 500 cruzeiros de turismo passam pela costa gaúcha e, até hoje, somente 13 deles ancoraram no Porto de Rio Grande. O dado faz parte do plano municipal de turismo, finalizado neste ano pelo Sebrae, em parceria com a Unisinos e o IPM.

Tornar a cidade um ponto atrativo para este turista internacional está entre os objetivos da cidade para concretizar a sua Economia Azul, de fato. A estimativa, aponta o governo municipal, é de que, em cada um desses navios, estão entre 3 mil e 5 mil pessoas. O desafio é garantir roteiros atrativos e infraestrutura adequada para aportar essa nova demanda limpa.

O projeto de se tornar uma vitrine para cruzeiros é um dos 14 pontos estratégicos para impulsionar o turismo. Entre as inspirações do projeto estão os portos de Santos e de San Francisco, nos Estados Unidos.

Entre as ideias em desenvolvimento está a valorização

do Centro Histórico e da orla, recheando elas com apresentações artísticas e mostrando a cultura e a tradição locais. Além disso, pontos turísticos da cidade têm projetos para serem potencializados.

Entre as programações estão, por exemplo, o estímulo a passeios náuticos pela lagoa e a promoção de atividades econômicas locais, em lugares como a Ilha dos Marinheiros e a Praia do Cassino. A mudança via turismo inclui, ainda, a garantia de infraestrutura adequada à ancoragem dos navios.

Há tratativas, por exemplo, com empresas como a Costa Sul e a MSC. Esta última, inclusive, já tem uma estrutura em Rio Grande, mas não é voltada ou adaptada ao turismo, nicho que a cidade quer aproveitar. Desde o boom do polo naval, a rede hoteleira foi bem estruturada. No ano passado, por exemplo, a rede Laghetto arrendou um novo hotel na cidade.

No cenário ideal da administração local, está, desde um impulso à recuperação do setor pesqueiro até a consolidação de Rio Grande como ponto de abastecimento dos grandes navios

As regiões turísticas

► **Costa Doce:** a arquitetura e as praias às margens da Lagoa dos Patos são os principais atrativos.

► **Fronteira e Pampa Gaúcho:** reúne o turismo rural com a melhor carne do Brasil, acrescido do enoturismo e do olivoturismo. Há, ainda, o turismo de compras, com o Trem do Pampa como uma nova atração.

► **Terra do Doce:** a região de Pelotas é reconhecida pelo Iphan como “terra do doce”, pela tradição dos seus doces que carregam a herança cultural da região, e há, ainda, a Rota das Charqueadas e o crescimento do turismo de eventos.

► **Rota dos Cruzeiros:** Rio Grande quer potencializar o turismo na cidade e na região a partir das rotas de paradas dos cruzeiros.

de cruzeiro com o biocombustível produzido na Refinaria Rio-grandense, até a demanda para a retomada do polo naval, em reparos e construções de embarcações.

Enoturismo e olivoturismo na Campanha Gaúcha

Na Campanha, a ideia de explorar o turismo como aliado da produção de vinhos já nasceu com as propriedades. “Desde o início, pensamos que, além do vinho, queríamos potencializar o turismo. Hoje, o enoturismo responde por 25% do faturamento da Vinícola Guatambu. A harmonia com os elementos da natureza, a cultura campeira e a harmonização entre o vinho produzido na Campanha e a carne, também aqui, são diferenciais”, explica a proprietária da Guatambu, Gabriela Pötter.

Uma vez por mês, a vinícola de Dom Pedrito promove o “dia épico”, com até 110 pessoas que fazem um tour detalhado pela produção do vinho, com muita música e comida campeiras. Saem da Guatambu 24 rótulos de vinhos, que são produzidos e industrializados na propriedade inaugurada em 2013 – já eram produzidos

vinhos antes da inauguração.

Hoje administrada por três mulheres, a fazenda pertence à família há 65 anos, desde o avô de Gabriela. Tinha a pecuária como principal atividade e ainda hoje mantém a produção integrada entre uvas, soja, arroz, milho e a pecuária. Há quatro anos, foram adotadas ações de agricultura regenerativa, com o cultivo aliado à recuperação do ambiente natural do Pampa. Em dois hectares, foi iniciado o cultivo do vinhedo orgânico.

O turismo nesta região do Estado também engloba a produção de azeites. Hoje, ficam entre a Campanha e a Fronteira Oeste 80% da produção dos olivais gaúchos. Mas, das 80 marcas de azeites do RS, apenas dez têm o olivoturismo ativo em suas propriedades.

Conforme o presidente da Ibraoliva, Ricardo Fernandes, em todo o RS, estima-se que 500 mil pessoas ao ano são

atraídas pelo turismo do azeite. Na Vila Segredo, propriedade de Fernandes em Caçapava do Sul, a lotação das hospedagens quase dobrou desde 2023, e ele pensa em ampliar.

Em Candiota, o modelo do turismo associado à olivicultura tende a dar um salto a partir de 2025. É para quando está prevista a inauguração do Terroir 31, empreendimento que recebeu R\$ 50 milhões em investimentos do empresário Luiz Eduardo Batalha, que produz o Azeite Batalha. Junto ao lagar, já estão na fase de obras um hotel com 40 cabanas.

Também em Candiota, a família Buchabqui, que já produz azeite em Pinheiro Machado, investe R\$ 20 milhões para erguer uma fábrica de azeites e, em uma segunda etapa, um restaurante e uma pousada. Na cidade, também está a Bueno Wines, de propriedade de Galvão Bueno.



TÂNIA MEINERZ/JC

Trajeto de 20 quilômetros une compras na Fronteira e o enoturismo

Trem do Pampa é a nova atração na Fronteira Oeste

E se a integração turística internacional é uma oportunidade que se abre a partir do litoral, na Fronteira Oeste, é um potencial em plena fase de multiplicação. Em Santana do Livramento, são calculados 3 mil leitos de hotelaria. Somado a Rivera, no lado uruguaio, o número chega a 4,1 mil leitos. E há, segundo a prefeitura do município da Fronteira, pelo menos dois projetos para novos hotéis e uma parceria do poder público municipal com Portugal, justamente para potencializar investimentos na área hoteleira.

É que, além do conhecido turismo voltado às compras na fronteira, ou à demanda das instalações eólicas, agora o chamado Trem do Pampa, inaugurado em julho, traz para a região o know-how do enoturismo já experimentado na Serra, sobre trilhos, como ocorre no Vale dos Vinhedos.

O trajeto de 20 quilômetros entre Livramento e o distrito de Palomas, dura três horas - 1h10min sobre trilhos, com o retorno ao ponto de partida em ônibus, contando com visita à vinícola -, recheado com muita música, dança e degustação de vinhos produzidos na região. O sucesso do projeto foi logo percebido, com todas as viagens, que têm capacidade para 100 pessoas, lotadas no primeiro mês.

A iniciativa foi da empresa Giordani Turismo, empresa de Bento Gonçalves, que também opera a Maria Fumaça, no Vale dos Vinhedos. No Trem do Pampa, o passeio é feito a bordo de um veículo leve sobre trilhos (VLT), desenvolvido pela Marcopolo, também da Serra. “Vimos que era bastante possível reproduzir, em Livramento, o

que fazemos na Serra Gaúcha, com a conexão do trem e do vinho”, diz a diretora da Giordani Turismo, Andréia Zucchi.

Uma ideia que, a partir de conversas iniciadas em 2011, uniu o desejo de lideranças locais para reativar os trilhos e potencializar o turismo local. Entre as empresas que custeiam o Trem do Pampa está a Miolo, que tem na Vinícola Almadén, em Santana do Livramento, a sua maior produção de vinhos destinados à exportação. Para os turistas que embarcam no Trem do Pampa, a visita à Almadén é uma das principais atrações.

“Tínhamos a experiência do Vale dos Vinhedos, em um projeto que funciona já há 20 anos, muito bem-sucedido, como uma oportunidade para o consumidor conhecer melhor o nosso produto e entender mais sobre a produção no Rio Grande do Sul. Aos poucos, temos levado também para a Almadén e a Seival as nossas experiências de convívio dentro do vinhedo, o wine garden, aberto o ano todo ao público”, explica o diretor presidente da Miolo Wine Group, Adriano Miolo.

Segundo Miolo, há pelo menos dez anos a vinícola já projetava unir o turismo de compras da fronteira com o enoturismo. Especialmente com as vendas de vinhos. A partir do Trem do Pampa, foi possível concretizar, por exemplo, a abertura de um free shop dentro da vinícola, onde é possível comprar os vinhos da Miolo a um custo 35% mais barato do que no Vale dos Vinhedos, por exemplo. A linha de vinhos Reserva, produzida pela Almadén, é a mais exportada pela Miolo.