A construção da autenticidade no turismo cervejeiro: a Rota Cervejeira do Rio de Janeiro como experiência territorial

Rayssa Holanda Pereira de Souza[1]

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o turismo passou por grandes transformações e passou a valorizar cada vez mais as experiências vividas pelas pessoas. Hoje, mais do que apenas conhecer um lugar, quem viaja busca momentos com significado, que despertem emoções e permitam aproveitar o destino de forma mais autêntica. Nesse contexto, o turismo de experiência se destaca por propor vivências mais imersivas, em que o visitante deixa de ser apenas espectador e passa a participar mais da vida local, ideia que dialoga com o que defendem Pine e Gilmore (1999) ao tratarem do consumo cada vez mais baseado em experiências, além de Richards (2011), que destaca formas de turismo mais participativas e criativas.

A partir dessa valorização das experiências, diferentes formas de turismo passam a ganhar espaço, entre elas o turismo cervejeiro. Mais do que um produto, a cerveja envolve práticas culturais e sociais. Isso mostra que esse tipo de turismo não se limita ao consumo, mas envolve também a forma como o visitante se relaciona com o local e com as pessoas que produzem essa cultura. No Brasil, esse crescimento é evidente. Segundo o Anuário da Cerveja 2024, o país possui 1.847 cervejarias registradas, distribuídas em diferentes regiões (Brasil, 2024). Além disso, o setor representa cerca de 2% do Produto Interno Bruto e gera aproximadamente 2,5 milhões de empregos diretos e indiretos (Sindicerv, 2024). Esses dados indicam que a cerveja tem um papel importante tanto na economia quanto na cultura.

Esse movimento também pode ser observado em diferentes regiões do país, diversificando as práticas de turismo local. Na Região Serrana do Rio de Janeiro, esse movimento se relaciona com a forte herança da imigração alemã, que ainda pode ser percebida em elementos culturais e na identidade de algumas cidades da região. Essas características ajudam a compreender a presença e o fortalecimento de práticas ligadas à cultura cervejeira no território. Em janeiro de 2011, a região foi atingida por um dos maiores desastres climáticos já registrados no estado do Rio de Janeiro e também um dos mais graves do Brasil. Fortes chuvas provocaram enchentes e deslizamentos de terra, deixando mais de 900 mortos e afetando fortemente o turismo (Brasil, 2011; Banco Mundial, 2012). O evento reduziu o número de visitantes e mostrou a fragilidade do modelo turístico da região. Esse cenário

[1] Mestranda em turismo pela Universidade de São Paulo (USP). rayssaholanda@usp.br. USP

levanta uma questão importante: como reconstruir o turismo em um lugar marcado por uma crise tão grande?

É nesse contexto que surge, em 2014, a Rota Cervejeira do Rio de Janeiro. Em uma entrevista realizada para este trabalho, a coordenadora da rota, Ana Pampillón, conta que a iniciativa foi criada como uma forma de reativar o turismo a partir de um potencial já existente na região: a produção cervejeira. A proposta foi transformar essa atividade em experiência turística, por meio da organização de visitas, roteiros e ações integradas entre diferentes atores locais. Assim, a rota se desenvolve na valorização e reorganização de práticas que já faziam parte da realidade da região.

Atualmente, a rota reúne cerca de 25 cervejarias distribuídas entre Petrópolis, Teresópolis, Nova Friburgo, Guapimirim e Itatiaia, além de uma fazenda de lúpulo, consolidando-se como um dos principais roteiros de turismo cervejeiro do país. Essa estruturação permite transformar a produção cervejeira em uma experiência turística organizada, que envolve visitas guiadas, degustações e contato direto com os produtores. As cervejarias também participam de eventos de grande visibilidade, como o Mondial de la Bière Rio e a Bauernfest, o que contribui para a projeção da região no cenário do turismo cervejeiro.

Além do foco na experiência do visitante, a iniciativa também se estende à comunidade local, por meio de ações de capacitação e inclusão social, como o projeto Rota Inclusiva, que oferece formação em produção cervejeira e conteúdo de gestão e empreendedorismo para pessoas em situação de vulnerabilidade.

No entanto, mesmo com o crescimento do setor e a consolidação da rota, surge uma questão importante a partir dessas experiências: a presença da cerveja no turismo não garante, por si só, a construção de experiências autênticas. Isso acontece porque a autenticidade não está apenas no produto, mas na forma como a experiência é vivida e construída. Nesse sentido, Richards (2011) e Andrade-Matos, Richards e Barbosa (2022) mostram que a autenticidade depende da relação entre o visitante, o território e as práticas culturais, sendo resultado da interação entre diferentes elementos, como o lugar, as pessoas envolvidas, as histórias compartilhadas e as expectativas dos turistas.

Essa discussão se torna ainda mais relevante quando se observa o contexto da Região Serrana do Rio de Janeiro após a tragédia de 2011. Nesse cenário, a reconstrução do turismo não envolve apenas o retorno de visitantes, mas também uma mudança na forma como as experiências são pensadas e nos significados que elas produzem. A partir disso, iniciativas como a Rota Cervejeira RJ passam a ter um papel importante, ao propor experiências que valorizam o território e fortalecem a relação entre visitantes e comunidade local, aproximando-se das discussões sobre autenticidade no turismo.

Dessa forma, a autenticidade no turismo cervejeiro pode ser entendida como um processo construído na relação entre diferentes atores e o território, especialmente em contextos marcados por mudanças e reconstruções. Nesse sentido, o turismo não se limita a uma atividade econômica, mas também atua na forma como o território é reorganizado e como novos sentidos são produzidos para o lugar.

A partir disso, este trabalho tem como objetivo analisar como a autenticidade é construída no turismo cervejeiro a partir da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, considerando a relação entre experiência, território e práticas sociais.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa, com caráter exploratório e descritivo, pois busca compreender como a autenticidade é construída nas experiências de turismo cervejeiro a partir da Rota Cervejeira RJ.

Como procedimentos metodológicos, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com base em livros, artigos científicos e publicações institucionais que discutem turismo de experiência, cultura cervejeira, autenticidade e território. Foram utilizados autores como Pine e Gilmore (1999), Richards (2011) e Andrade-Matos, Richards e Barbosa (2022), além de dados de órgãos oficiais, como o Ministério da Agricultura e Pecuária e o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja.

Também foi realizada uma pesquisa documental, a partir da análise de materiais institucionais e dados disponíveis em fontes oficiais, como o Anuário da Cerveja (BRASIL, 2024), informações da própria rota e conteúdos publicados por instituições ligadas ao turismo.

Como principal fonte empírica, foi utilizada uma entrevista semiestruturada realizada com Ana Pampillón, coordenadora da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, no ano de 2025. A entrevista teve como objetivo compreender o processo de criação da rota, suas motivações, as ações desenvolvidas e sua relação com o contexto da Região Serrana.

Além disso, foram considerados conteúdos complementares, como materiais de divulgação, registros de eventos e publicações institucionais, que ajudam a entender como a rota se posiciona e como constrói suas experiências.

A análise dos dados foi realizada por meio de análise de conteúdo, buscando identificar categorias relacionadas à autenticidade, experiência turística, território e práticas sociais, a partir da interpretação dos dados coletados.

Por se tratar de uma pesquisa em andamento, os procedimentos metodológicos ainda podem ser ampliados ao longo do desenvolvimento do estudo.

3. RESULTADOS

Por se tratar de uma pesquisa em andamento, os resultados ainda são preliminares e se baseiam, principalmente, na análise inicial da literatura e na entrevista realizada com a coordenação da Rota Cervejeira RJ.

A partir da fala de Ana Pampillón, foi possível identificar que a criação da rota está diretamente ligada ao contexto pós-desastre de 2011, sendo pensada como uma estratégia para reativar o turismo na Região Serrana por meio da valorização da produção cervejeira local.

Os dados iniciais também indicam que a rota vai além da organização de visitas e experiências, atuando de forma mais ampla no território, tanto na promoção do destino quanto em ações voltadas à comunidade, como o projeto Rota Inclusiva.

Como resultados esperados, a pesquisa busca compreender de que forma essas iniciativas contribuem para a construção de experiências consideradas autênticas, a partir da relação entre visitantes, território e práticas locais.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo cervejeiro, Autenticidade, Experiência turística

REFERÊNCIAS

DE ANDRADE-MATOS, Mariana Bueno; RICHARDS, Greg; DE AZEVEDO BARBOSA, Maria de Lourdes. Rethinking authenticity through complexity paradigm. **Annals of Tourism Research**, v. 92, p. 103348, 2022.

BANCO MUNDIAL. *Avaliação de perdas e danos: Região Serrana do Rio de Janeiro*. Washington, 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Rota Cervejeira do Rio de Janeiro*. Brasília, 2014.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. *Anuário da cerveja 2024: ano de referência 2023*. Brasília, 2024.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. *Relatório do desastre da Região Serrana do Rio de Janeiro*. Brasília, 2011.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Regional. *Relatório sobre a tragédia da Região Serrana do Rio de Janeiro em 2011*. Brasília, 2011.

CAVALCANTE, Mariana Magalhães. **A autenticidade nas experiências de turismo criativo a partir da vivência dos turistas**. 2024. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GOMES, Celso Cardoso; MARCUSSO, Eduardo Fernandes. Turismo e territorialidade: o território da cerveja da região serrana do Rio de Janeiro como vetor da governança e do desenvolvimento local. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2214, 2022.

MARCUSSO, Eduardo Fernandes. As microcervejarias no Brasil Atual: Sustentabilidade e Territorialidade. 2015. 171f. **Curso de Sustentabilidade na Gestão Ambiental, Universidade Federal de São Carlos, Sorocaba**, 2015.

MARCUSSO, Eduardo Fernandes. *Da cerveja como cultura aos territórios da cerveja: uma análise multidimensional*. 2021. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília.

PAMPILLÓN, Ana Cláudia. Entrevista concedida à autora. Petrópolis, 2025.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

RICHARDS, Greg. Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, [S.l.], v. 38, n. 4, p. 1225-1253, 2011.

ROTA CERVEJEIRA RJ. *Site oficial*. Disponível em: https://rotacervejeirarj.tur.br. Acesso em: 02 abr. 2026.

SEBRAE. Turismo de experiência cresce no Brasil e abre novos mercados para os pequenos negócios. *Agência Sebrae de Notícias*, 25 jan. 2023. Disponível em: https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/turismo-de-experiencia-cresce-no-brasil-e-abre-novos-mercados-para-os-pequenos-negocios/. Acesso em: 12 abr. 2026.

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DA CERVEJA (SINDICERV). O setor em números. 2024. Disponível em: https://sindicerv.com.br/o-setor-em-numeros/. Acesso em: 12 abr. 2026.

.