

A Produção do Conhecimento Geográfico

Ingrid Aparecida Gomes
(Organizadora)



 **Atena**
Editora

Ano 2018

Ingrid Aparecida Gomes
(Organizadora)

A Produção do Conhecimento Geográfico

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P964 A produção do conhecimento geográfico [recurso eletrônico] /
Organizadora Ingrid Aparecida Gomes. – Ponta Grossa (PR):
Atena Editora, 2018. – (A Produção do Conhecimento
Geográfico; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-85107-78-9

DOI 10.22533/at.ed.789181211

1. Ciências agrárias. 2. Percepção espacial. 3. Pesquisa agrária
– Brasil. I. Gomes, Ingrid Aparecida. II. Série.

CDD 630

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra *“Abordagens teórico-metodológicas no âmbito da Ciência Geográfica Agrária”* aborda uma série de livros de publicação da Atena Editora, em seu I volume, apresenta, em seus 15 capítulos, são discutidas diferentes vertentes das Ciências Agrárias, com ênfase na Geografia Agrária.

A Geografia Agrária engloba, atualmente, alguns dos campos mais promissores em termos de pesquisas atuais. Esta ciência geográfica estuda as diversas relações existentes (sociais, gênero, econômicas e ambientais), no desenvolvimento da agricultura, bem como o aumento produtivo e melhorias no manejo e preservação dos recursos naturais.

A percepção espacial possibilita a aquisição de conhecimentos e habilidades capazes de induzir mudanças de atitudes, resultando na construção de uma nova visão das relações do ser humano com o seu meio, e, portanto, gerando uma crescente demanda por profissionais atuantes nessas áreas.

A ideia moderna da Geografia Agrária, refere-se a um a um processo de mudança social geral, formulada no sentido positivo e natural, temporalmente progressivo e acumulativo, segue certas regras e etapas específicas e contínuas, de suposto caráter universal. Como se tem visto, a ideia não é só o termo descritivo de um processo, e sim um artefato mensurador e normalizador das sociedades, tais discussões não apenas mais fundadas em critérios de relação de trabalho, mas também são incluídos fatores econômicos, naturais, tecnológicos e gênero.

Neste sentido, este volume dedicado a Geografia Agrária, apresenta artigos alinhados com a produção agrícola, conservacionismo, tecnologia, turismo rural, cultura e relações de gênero no campo. A importância dos estudos agrários é notada no cerne da ciência geográfica, tendo em vista o volume de artigos publicados. Nota-se também uma preocupação dos geógrafos em desvendar a realidade dos espaços rurais, bem como entender as distintas relações do campo com o capital.

Os organizadores da Atena Editora, agradecem especialmente os autores dos diversos capítulos apresentados, parabenizam a dedicação e esforço de cada um, os quais viabilizaram a construção dessa obra no viés da temática apresentada.

Por fim, desejamos que esta obra, fruto do esforço de muitos, seja seminal para todos que vierem a utilizá-la.

Ingrid Aparecida Gomes

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| NOVAS TERRITORIALIDADES NA FRONTEIRA PANDINA BOLIVIANA: A PAN – AMAZÔNIA EM CONFLITO | |
| <i>Francisco Marqueline Santana</i> <i>Josué da Costa Silva</i> | |
| CAPÍTULO 2 | 16 |
| REFORMA AGRÁRIA, ASSENTAMENTOS RURAIS E PROCESSOS DE TERRITORIALIZAÇÃO NO LITORAL SUL DA BAHIA | |
| <i>Hingryd Inácio de Freitas</i> <i>José Levi Furtado Sampaio</i> <i>Guiomar Inez Germani</i> | |
| CAPÍTULO 3 | 26 |
| AGRICULTURA E ECONOMIA ESPACIAL EM MOSSORÓ/RN: DINÂMICAS E ESPECIFICIDADE REGIONAL. | |
| <i>Alexandre Alves de Andrade</i> | |
| CAPÍTULO 4 | 36 |
| CENTRO E CENTRALIDADE URBANA EM VÁRZEA GRANDE/MT NO PROCESSO DE REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA DA AGROPECUÁRIA DE MATO GROSSO | |
| <i>Rosinaldo Barbosa da Silva</i> <i>Nelba Azevedo Penna</i> | |
| CAPÍTULO 5 | 46 |
| GEOGRAFIA DA AGROINDÚSTRIA DE SOJA ARGENTINA E OS IMPOSTOS ÀS SUAS EXPORTAÇÕES. | |
| <i>Pablo Martin Bender.</i> | |
| CAPÍTULO 6 | 58 |
| O SISTEMA DE INDICADORES DE POTENCIALIDADE COMO MODELO DE ANÁLISE DAS (RE) CONFIGURAÇÕES TERRITORIAIS DA PRODUÇÃO ORGÂNICA NO AGRESTE CENTRAL DE SERGIPE | |
| <i>Cléane Oliveira dos Santos</i> <i>Rosemeri Melo e Souza</i> | |
| CAPÍTULO 7 | 72 |
| AS PAISAGENS VITÍCOLAS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL: O CASO DO VALE DOS VINHEDOS E DA CAMPANHA GAÚCHA | |
| <i>Vinício Luís Pierozan</i> <i>Vanessa Manfio</i> | |
| CAPÍTULO 8 | 84 |
| OS TERRITÓRIOS DO VINHO DA CAMPANHA GAÚCHA E DO VALE DOS VINHEDOS, BRASIL: ENTRE O TRADICIONAL E OS MODERNOS VINHEDOS | |
| <i>Vinício Luís Pierozan</i> <i>Vanessa Manfio</i> | |

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO 9 | 98 |
| SABOR ARTESANAL: O TURISMO CERVEJEIRO COMO FENÔMENO ESPACIAL EM RIBEIRÃO PRETO - SP | |
| <i>Alex Rodrigues De Oliveira</i> | |
| CAPÍTULO 10 | 107 |
| CONSIDERAÇÕES SOBRE A TECNOLOGIA DAS EMBALAGENS CARTONADAS NA CADEIA PRODUTIVA DE LEITE NO BRASIL: DO LOCAL AO GLOBAL | |
| <i>Bruno M. C. de Albuquerque</i> <i>Jacob Binsztock</i> | |
| CAPÍTULO 11 | 123 |
| O SETOR DE SEMENTES NO BRASIL E SUA CONTRIBUIÇÃO NA MODERNIZAÇÃO DOS TERRITÓRIOS RURAIS NA SEGUNDA METADE DO SÉCULO XX | |
| <i>João Luciano Bandeira</i> | |
| CAPÍTULO 12 | 133 |
| DESAFIOS PARA A CONSERVAÇÃO DAS SEMENTES CRIOULAS | |
| <i>Maria Angela Comegna</i> | |
| CAPÍTULO 13 | 143 |
| CAFEICULTURA EM RONDÔNIA: MODERNIZAÇÃO E SUBORDINAÇÃO AO MERCADO | |
| <i>Tiago Roberto Silva Santos</i> <i>Ricardo Gilson Da Costa Silva</i> | |
| CAPÍTULO 14 | 153 |
| A AGRICULTURA DE PRECISÃO E AS RELAÇÕES DE GÊNERO | |
| <i>Tainara Bruna Montagna</i> <i>Roseli Alves dos Santos</i> | |
| CAPÍTULO 15 | 162 |
| AS MULHERES E A AGRICULTURA FAMILIAR: O CASO DA LOCALIDADE DE PICADA FELIZ, NO MUNICÍPIO DE SÃO LOURENÇO DO SUL – RS | |
| <i>Caroline Tapia Bueno</i> | |
| SOBRE A ORGANIZADORA | 172 |

OS TERRITÓRIOS DO VINHO DA CAMPANHA GAÚCHA E DO VALE DOS VINHEDOS, BRASIL: ENTRE O TRADICIONAL E OS MODERNOS VINHEDOS

Vinício Luís Pierozan

Universidade Federal do Rio Grande do Sul -
UFRGS

Porto Alegre – Rio Grande do Sul

Vanessa Manfio

Universidade Federal do Rio Grande do Sul -
UFRGS

Porto Alegre – Rio Grande do Sul

RESUMO: O território é um espaço constituído, materializado pelo poder, identidade e ações dos atores sociais, que estão envolvidos na apropriação e valorização do espaço geográfico. A constituição de um território pode ser dada pelo desenrolar da dinâmica vitícola, através de atores que transformam o simples espaço em um espaço do vinho, organizado pela vitivinicultura e pelos elementos a ela associados. Portanto, a produção de vinhos tem formado territórios únicos em diversas partes do mundo, inclusive no Rio Grande do Sul, onde se destacam os territórios do Vale dos Vinhedos e da Campanha Gaúcha. No Vale dos Vinhedos, a atividade vitícola é “antiga” e consolidada, estando atrelada a cultura italiana, a enogastronomia e a paisagem de encostas e vales da região da Serra Gaúcha. Já na Campanha, o território articula-se da apropriação do vinho com a cultura gaúcha, a pecuária e a paisagem pampeana. Estes territórios marcam

não somente a cultura e a economia, mas adquirem também relevância social ao estado sulino. Assim, entendê-los torna-se uma tarefa importante para o geógrafo, analisando a luz do processo e a sua contextualização, para assim contribuir cientificamente com o assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Território do vinho, Campanha Gaúcha, Vale dos Vinhedos.

ABSTRACT: The territory is a consisting space, materialized for the power, identity and action of the social actors, who are involved in the appropriation and valuation of the geographic space. The constitution of a territory can be given by uncurling of the viticulture dynamics, through actors who transform the simple space into a space of the wine, organized for the vitiviniculture and the elements it associates. Therefore, the production of wines has formed only territories in diverse parts of the world, also in the Rio Grande Do Sul, where if they detach the territories of the Valley of the Vineyards and the Gaucha’s Campaign. In the Valley of the Vineyards, the viticulture activity is old and consolidated, being linked to the Italian culture, the enogastronomy and the landscape of hillsides and valleys of the region of the Gaucha’s Mountain range. Already in the Campaign, the territory articulates of the appropriation of the wine with the Gaucha’s culture, cattle and the “pampeana” landscape. These territories not only mark the culture and

the economy, but they also acquire social relevance to the southern state. Thus, to understand becomes them an important task for the geographer, analyzing the light of the process and its contextualization, thus to contribute scientifically with the subject.

KEYWORDS: Wine's territory, Gaucha's Campaign, Valley of the Vineyards.

1 | INTRODUÇÃO

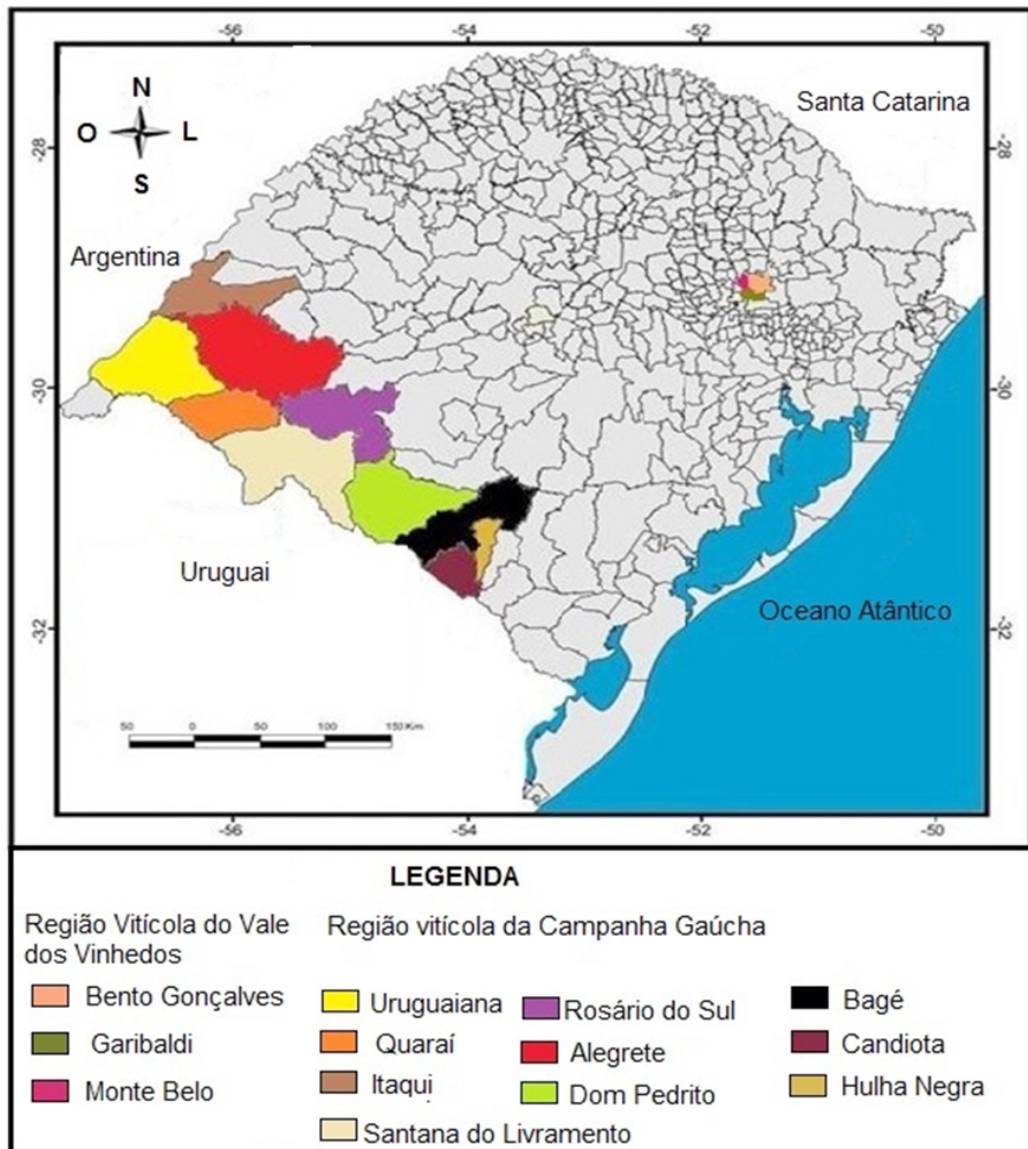
O cultivo da videira não é uma prática recente no espaço agrário brasileiro, ela remonta ao período colonial, sendo as primeiras parreiras trazidas ao Brasil pelos colonizadores portugueses que às cultivaram em áreas pertencentes às antigas capitanias hereditárias. Estes vinhedos eram pontuais e isolados não representando uma dinâmica territorial significativa, que pudesse demandar uma apropriação espacial e econômica.

A vitivinicultura atinge desenvolvimento com a chegada dos imigrantes italianos e suas técnicas de elaboração de vinho, associado com o papel do Estado Gaúcho em modernizar a prática. Assim, a vitivinicultura passa a compor a cultura e economia do Rio Grande do Sul, com o tradicional território do vinho do Vale dos Vinhedos e atualmente com a constituição de um novo território do vinho na Campanha Gaúcha (Mapa 1). Ambos territórios correspondem a área de estudo onde se centrou a pesquisa.

O Vale dos Vinhedos se localiza na região Nordeste do estado do Rio Grande do Sul, na região conhecida como Serra Gaúcha. Esta área regional foi colonizada por imigrantes italianos, dos quais a elaboração e consumo do vinho eram práticas culturais deste povo, e que aqui no novo território impulsionaram e aprimoraram o desenvolvimento da vitivinicultura brasileira.

Enquanto, a Campanha Gaúcha se localiza no Sudoeste do estado do Rio Grande do Sul, área de fronteira entre Uruguai, Argentina e Brasil. A Campanha, diferentemente do Vale dos Vinhedos, não apresentava uma tradição histórica com o vinho, mas atualmente representa uma fase de modernização do setor vitivinícola principalmente pela presença e expansão em seu território dos vinhedos comerciais e da identidade local que associa o vinho à cultura gaúcha.

Atualmente, o Brasil se encontra entre os 15 maiores produtores mundiais de vinho, sendo que o Rio Grande do Sul responde pela maior parcela produtiva do vinho nacional e apresenta várias regiões reconhecidas pelas suas paisagens e produtos de qualidade. Além disso, apresenta uma dimensão social que confere o trabalho de um número expressivo de famílias e produtores rurais que englobam agricultores familiares, empresários e grandes empresas do setor vitivinícola.



Mapa 1: Região do Vale dos Vinhedos e Campanha Gaúcha

Fonte: IBGE (adaptado por Vanessa Manfio).

Dessa forma, a vitivinicultura brasileira tem constituído diversos territórios do vinho em diferentes regiões ao longo de sua dimensão territorial. Estes territórios apresentam identidades, territorialidades e paisagens distintas entre si, porém articuladas através da produção vitícola. Todavia, esta pesquisa objetivou-se em estudar e entender a articulação dos territórios do vinho no Vale dos Vinhedos e na Campanha Gaúcha, compreendendo suas dinâmicas e territorialidades envolvidas.

2 | METODOLOGIA

A metodologia utilizada na pesquisa parte de uma abordagem qualitativa que possibilita o pesquisador a oportunidade de se relacionar com o objeto de estudo, o sujeito e a área.

O sujeito da pesquisa são os agricultores produtores de uva e vinho, as instituições e a dinâmica, que juntos formam os territórios do vinho presentes no Rio Grande do

Sul, marcados por um grupo de atores coletivos envolvidos pelo vinho.

Como recursos metodológicos, foram realizadas saídas de campo para os municípios produtores de uva da Região Vinícola da Campanha Gaúcha e Região Vinícola do Vale dos Vinhedos. Nas saídas de campo teve-se a oportunidade de conhecer os dois principais sistemas de condução da videira utilizados no estado, o sistema de condução em espaldeira, que denominamos de moderno, e o sistema de condução latado, tradicional, muito utilizado na Serra Gaúcha.

Além disso, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas, coleta de dados e realizada a leitura da paisagem, aspecto de suma importância para a compreensão dos dois territórios do vinho.

Para dar embasamento ao trabalho e suporte para as saídas de campo foi consultada uma ampla bibliografia composta por: livros, periódicos, dissertações e teses, artigos publicados em anais de eventos especializados e outros tipos de publicações, a fim de obter embasamento teórico sobre a temática abordada neste artigo.

3 | O CONCEITO DE TERRITÓRIO: UMA BREVE ANÁLISE TEÓRICA

As discussões sobre território têm sido mais expressivas, nas últimas décadas, demonstrando os vários elementos e dinâmicas que estão envolvidos na análise territorial, já que são inúmeras as formações territoriais que se constituem frente às diferentes relações de ordem econômica, política, cultural e social.

Numa abordagem conceitual de território Raffestin (1993) trata o território como um espaço em que se projetou trabalho, energia e informação e, portanto, passou a revelar relações marcadas pelo poder de atores, que se apropriaram de forma concreta ou abstrata do espaço e impuseram valor e representação.

O território também pode ser compreendido como um “produto histórico de mudanças e permanências ocorridas num ambiente, no qual se desenvolve uma sociedade. Território significa apropriação social do ambiente construído, com múltiplas variáveis e relações recíprocas” (SAQUET, 2009, p.81).

Num outro viés sobre o território este é entendido como um espaço de identidade, pois constitui uma apropriação do espaço, envolto por uma cultura. Segundo Bonnemaïson (2000), o território é o espaço de identidade e nele repousa um sentimento de pertencimento, sendo o território imaginário ou sonhado, como para as diásporas, onde o imaginário remete a construção de territorialidades.

Complementando este entendimento Medeiros (2009) enfatiza que o território é uma obra humana. É também a base geográfica da existência social, uma vez que, toda a sociedade tem e produz seu território, onde a identidade desses territórios se expressa marcando e definindo seus limites na paisagem (MEDEIROS, 2009). Assim, os territórios são o resultado de ações realizadas por diferentes atores, sendo passível de mudanças ao longo do tempo e dos interesses de um grupo social dominante

especialmente.

Portanto, o território não é algo parado, estático no tempo, ele está sempre se constituindo e reconstituindo a partir de suas territorialidades únicas e diversas. Como coloca Fernandes (2008, p.280), “cada tipo de território tem sua territorialidade, as relações e interações dos tipos nos mostram as múltiplas territorialidades.”. Nota-se que a produção do território acontece via apropriação e constituição de territorialidades, estas entendidas por Saquet (2009, p.86) como as ações humanas responsáveis pela tentativa de um indivíduo ou grupo de controlar, influenciar ou utilizar objetos e espaço por meio de suas relações e construções numa área delimitada.

De acordo com Heidrich (2000), um território passa a existir quando ocorre: a) uma relação de apropriação das relações naturais por uma coletividade; b) uma organização das relações de modo a particularizar a coletividade; c) uma delimitação de acesso e uso do espaço. Sem estes elementos apenas tem-se um espaço.

Pensar no território envolve relacionar um conjunto de relações, ações que territorializam o espaço original, frente à dinâmica de um grupo social que mantém um vínculo identitário e um poder que pode ser materializado pela cultura, economia e pela política. É um conceito amplo e ao mesmo tempo condicionante de elementos únicos (apropriação, poder, identidade).

Ao constituir-se um território, outros elementos são aglutinados às dinâmicas do mesmo como o turismo, a gastronomia e a paisagem. Neste contexto envolvendo a gastronomia e o turismo relacionado ao território do vinho Silva, et al., (2016, p.10) mencionam que “a enogastronomia torna-se significativa para o território, por estar impregnada de cultura, identidade e de um modo particular de agir”. Ademais, o território também está representado na arquitetura, na comunicação dos atores territoriais, na arte, literatura, imagens, entre outras formas que evidenciam as características do território.

O território do vinho, especificamente é marcado pela territorialização das ações e relações ligadas ao universo vitícola, e se constitui por diversas formas de apropriações do mais simbólico como acontece no Vale dos Vinhedos, pela forte identidade do italiano e descendente com o vinho e sua mística, ou seja, o vinho faz parte da cultura e adquire uma materialização econômica posteriormente; ao mais material constituído pelo vinho como elemento econômico, como é o caso da Campanha Gaúcha, onde o vinho se insere no regional como forma de desenvolvimento e inspira a identificação com a cultura gaúcha, fortemente enraizada na região.

Assim, têm-se dois territórios do vinho distintos, marcados por *terroir* e diferentes ações, um marcado pelo tradicional, pela cultura, pelo relevo de encostas, pelas práticas herdadas dos primeiros italianos que colonizaram a região, que dividem o espaço com as modernas que estão timidamente buscando se inserir, caso do Vale dos Vinhedos. O outro território, o da Campanha Gaúcha, é marcado pelo relevo suave-ondulado, pelo novo, ou seja, novas formas de vinificação, modernas estruturas e tecnologias, modernos vinhedos, que marcam os avanços das pesquisas vitícolas e da enologia.

Mas, na essência destes dois territórios está o vinho que é o agente territorializador do espaço pela coletividade.

4 | DISCUTINDO OS TERRITÓRIOS DO VINHO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

A vitivinicultura brasileira, especialmente a do estado do Rio Grande do Sul, apesar de ser bastante jovem, tem adquirido um estágio de desenvolvimento e maturidade bastante significativo nos últimos anos, principalmente a partir da década de 1990. Aumentaram e se expandiram as áreas produtoras, cada uma desenvolveu sua especialidade, elaborando rótulos com cultura, tipicidade e sotaque próprios, resultando numa vitivinicultura completamente original. (IBRAVIN, 2018, *on-line*).

A produção de uvas cresceu vertiginosamente, a área cultivada com vinhedos no estado praticamente dobrou nos últimos 20 anos, em 1995 eram cultivados aproximadamente 21,5 mil hectares de parreirais, já em 2015 a área com vinhedos plantados já ultrapassa os 40 mil hectares (MELLO, 2018, *on-line*). Na esteira de crescimento do setor vitivinícola a qualidade dos vinhos finos e espumantes conquistou prestígio e respeito em nível mundial. Vários rótulos de vinhos e espumantes gaúchos foram premiados nos mais variados e importantes concursos de renome internacional.

Toda essa trajetória recente de valorização do vinho nacional tem como referência e lugar de origem à região da Serra Gaúcha, a criatividade da etnia italiana que ali se instalou e difundiu a sua cultura ligada ao plantio de videiras somado a vocação desse povo para o trabalho com os parreirais impulsionou a vitivinicultura do país. Inicialmente os italianos começaram com uma produção artesanal que com o passar do tempo foi se modernizando, adquirindo novas tecnologias, incorporando novas formas de produção e conhecimentos que partem desde a produção da uva nos vinhedos até os processos de vinificação realizados nas cantinas que deram início ao que podemos chamar de indústria vinícola brasileira.

O vinho aos poucos deixou de ser um produto exclusivamente voltado para o consumo familiar, artesanal, restrito a Serra Gaúcha e foi se transformando num negócio organizado de acordo com as demandas do mercado. O cultivo da videira na região proporcionou a criação de uma identidade ao local a ela associado, que serviu de alicerce para a constituição de diferentes territórios em torno da uva e do vinho, que podem ser percebidos, delimitados e materializados através das Indicações Geográficas. Para Falcade (2013, p.271):

A evolução da vitivinicultura regional e a implementação das IP's têm sido resultado das relações de poder entre seus diferentes atores; portanto deste ponto de vista, expressam, além do espaço geográfico, um território vitivinícola. Entende-se, desse modo, que estas IP's se constituem em regiões de fato e de direito e que as IG's, de modo geral, se constituem em uma forma de gestão do território.

A Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos constitui o primeiro território do vinho na região da Serra Gaúcha e desencadeou a possibilidade de se constituírem diferentes territórios em nível estadual, nacional e na própria Serra Gaúcha. A região da Campanha Gaúcha está se constituindo como um novo território do vinho no estado do Rio Grande do Sul, onde adquire a participação de diferentes atores, culturas e símbolos, que vão se estruturar em torno da produção de uvas e na elaboração de vinhos agregando uma identidade vitivinícola ao território.

4.1 O território do vinho no Vale dos Vinhedos

O Vale dos Vinhedos de acordo com Valduga (2010, p.72) “[...] é conhecido por esse nome em razão de seus vales cobertos por videiras que correspondem a uma área de 81.123 km², entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul [...]” A vitivinicultura nessa região é praticada por descendentes de imigrantes italianos, em pequenas propriedades agrícolas de relevo acidentado com regime de trabalho familiar fazendo uso da policultura. Conforme Blume (2010, p.7):

A vitivinicultura gaúcha é marcada pela chegada dos imigrantes italianos em 1875 que trouxeram o “espírito vitivinícola” nas suas raízes, além das cepas nas bagagens e do hábito do consumo regular de vinho. Apesar deste marco centenário, foi somente a partir de 1990 que estas iniciativas familiares realizaram investimentos efetivos na profissionalização das atividades e ganharam um novo impulso para a consolidação das vinícolas, nacionalmente e até mesmo em nível internacional.

Esse patamar de valorização dos vinhos produzidos no Brasil se deve em parte ao pioneirismo do setor vitivinícola da região da Serra Gaúcha e em especial a obtenção da Indicação Geográfica (IG) no Vale dos Vinhedos. Essa denominação conferiu uma identidade ao vinho ali elaborado, carregando consigo toda uma simbologia do lugar, da paisagem cultural, expressa nos vinhedos e dos agricultores que aí residem. A Indicação de Procedência nomeada Vale dos Vinhedos, foi conquistada em 2002 e acrescentou todos esses elementos culturais a vitivinicultura local, se tornou modelo e objeto de desejo por parte das novas regiões vitivinícolas que foram surgindo no país.

Para Falcade (2009, p.285) “O uso de Indicações Geográficas (IG) é tradicional e antigo em muitos países, principalmente europeus. Num mercado globalizado e competitivo como o atual, agregar valor à mercadoria significa obter maior renda.” Com a IG temos a valorização do território associado a um produto, e nesse caso particular, temos a constituição do território do vinho no Vale dos Vinhedos.

A bagagem histórica transmitida ao longo do tempo pelas diferentes gerações de descendentes de imigrantes italianos, que produzem uvas vem embutida no vinho nessa área geográfica. De acordo com, Blume (2010, p.4-5) “[...] o lugar torna-se mais que um fiador da garantia de segurança para um elevado nível de qualidade, pois passa a ser o portador da cultura de um povo.”. Essa identidade simbólica criada entre uva, vinho e lugar torna o território singular frente os demais territórios produtores de uva e agrega valor aos produtos ali produzidos.

A uva é cultivada em sua grande maioria em vinhedos tradicionais (Figura 1), conduzidos no sistema latada também conhecido como pérgola, os mais antigos ainda são sustentados por plátanos, porém os novos parreirais já trazem a sua sustentação em postes de basalto, concreto ou madeira. Conforme Dal Pizzol e Pastor (2016, p.142) “Até hoje a latada se constitui na formação tradicional de toda a região, sendo a característica da paisagem.”

A uva é a matéria-prima principal para a elaboração dos vinhos, espumantes e sucos, que são comercializados principalmente dentro do Vale, nas próprias vinícolas durante a visitação e degustação. Entretanto, os apreciadores de vinhos de outros estados como, por exemplo, São Paulo já tem   sua disposição os vinhos do Vale em Carta de vinhos nos restaurantes mais sofisticados. O principal mercado consumidor é ligado ao enoturismo, que é bastante presente no local, o Vale dos Vinhedos é o destino vitivinícola que mais recebe turistas no país. Mas, a venda dos vinhos também é realizada em lojas virtuais das próprias vinícolas no sistema e-commerce. Em rela o as vinhas Falcade (2013, p.265) afirma que:

[...] a paisagem aberta em encosta com viticultura tradicional, conduzida na forma de latada, sustentada por plátanos, cujo elemento emblemático é o pl tano. Esta é uma paisagem do tipo que foi usada por décadas nas imagens da viticultura da Serra Gaúcha [...].

Essa paisagem clássica dos vinhedos tradicionais, que se configura como um dos símbolos da identidade do território do Vale dos Vinhedos contrasta com a vitivinicultura moderna (Figura 2), que apresenta os vinhedos no sistema de condu o em espaldeira que atualmente estão se expandindo na região sendo usado preferencialmente para uvas das variedades europeias utilizadas para a elabora o de vinhos finos e espumantes.



Figura 1: Vinhedo tradicional
Fonte: Zanesco (2018).



Figura 2: Vinhedo moderno
Fonte: Cola (2010).

Essa transição entre o tradicional e o moderno assinala também a inserção das novas tecnologias no setor vitivinícola, através da mecanização dos vinhedos e das novas práticas de enologia para aperfeiçoar a produção de uvas e os processos de elaboração dos vinhos realizados nas vinícolas. O futuro da vitivinicultura no Vale e principalmente na Serra Gaúcha está na produção de espumantes, que atualmente já se encontram entre os melhores do mundo e o lugar possui as condições ideais para produzir esse tipo de bebida.

4.2 A produção de vinhos finos na Campanha Gaúcha e a constituição de um novo território vitivinícola

A Campanha Gaúcha é uma região de tríplice fronteira entre Uruguai, Argentina e Brasil, estabelecendo uma importante dinâmica de integração entre os três países. É uma região denominada, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018, *on-line*), de Mesorregião Sudoeste Rio-grandense.

Apresenta como características significativas à presença do Bioma Pampa composto por um relevo suave, campos de vegetação herbácea de gramíneas e a tradição histórica ligada à pecuária bovina e ao latifúndio, que criaram a identidade da Campanha associada ao universo campeiro e a imagem do gaúcho. Segundo Haesbaert (1988), a articulação territorial da fronteira do Rio Grande do Sul foi constituída com a atividade da pecuária e a constituição de uma identidade forjada no latifúndio e na cultura gaúcha.

A atividade pecuarista vem dando espaço, nos dias de hoje, a diversificação de atividades produtivas, pois a pecuária sozinha não era capaz de promover o desenvolvimento territorial da região. Assim, novas atividades econômicas inserem-se sobre o espaço da Campanha Gaúcha, como: a produção de soja, arroz, celulose (eucalipto), recentemente a fruticultura e a vitivinicultura que encontrou uma área territorial promissora e bastante favorável.

Os vinhedos começaram a serem instalados na Campanha Gaúcha, a partir da comprovação de que a área era propícia para produção de vinhos finos. Esta comprovação foi feita através de vários estudos, principalmente do Zoneamento Agrícola de 1976. Associado a estes estudos a necessidade de expansão das áreas de vitivinicultura da Serra Gaúcha, frente à saturação de áreas agrícolas, foi decisiva para que empresas vitícolas da Serra Gaúcha implantassem vinhedos na fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul. Nas palavras de Falcade (2011), a partir dos anos 1990, vários fatores levaram a uma nova fase de expansão da vitivinicultura, dentre eles podem ser citados: a retomada do crescimento brasileiro, a busca por novas alternativas econômicas para a Metade Sul do estado, as conquistas do setor verificadas na Serra Gaúcha neste ramo produtivo e os estudos que identificaram condições favoráveis para produção de videiras nessa região do estado.

Inicialmente a Almadén (Miolo) e a Cooperativa Nova Aliança se instalam na

região da Campanha, adquirindo grandes extensões de terras para a plantação de vinhedos e instalação de novas unidades vinícolas modernas. Num segundo momento, empresários bem-sucedidos e enólogos, da região e de fora dela, também estabeleceram vinícolas e iniciaram o cultivo de uvas na região, em caráter de menor quantidade, todavia produzindo um produto diferenciado, conhecido como vinho de boutique. Essa produção de maior qualidade está atrelada aos modernos vinhedos ali instalados, que apresentam o sistema de condução em espaldeira e variedades de videiras *Vitis viníferas* de origem europeia como Tannat, Merlot, Cabernet Sauvignon, Pinotage, Chardonnay, entre outras.

Estes dois grupos empresariais do vinho deram segmento à expansão vitícola com a criação da Associação de Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha, criada em 2010. Além disso, produtores rurais da região têm investido na produção de uva para a comercialização com vinícolas da região, na tentativa de diversificar a produção agrícola e aumentar a renda da propriedade rural.

Dessa forma, estes empresários estão se apropriando do espaço regional e criam novas territorialidades que envolvem a vitivinicultura e a dinâmica da Campanha Gaúcha. Esta apropriação pode ser vista com a compra da terra, a delimitação do espaço de produção vitícola, as articulações políticas e econômicas que se materializam na relação espaço-tempo, a implantação de vinhedos, as construções de infraestruturas e do enoturismo, a mudança nas relações de trabalho, a criação de cursos técnicos e superiores e a cooperação com instituições ligadas ao vinho, tais como: a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa Uva e Vinho) e o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN). Quanto às políticas, elas envolvem a captação de recursos para a melhoria da produção e infraestrutura de áreas vinícolas, se estendendo para o desenvolvimento do enoturismo e para a capacitação profissional e intelectual.

A constituição do território do vinho na Campanha Gaúcha conta com o suporte da Associação de Produtores de Vinhos Finos, que tem buscado promover uma identidade regional e o desenvolvimento da vitivinicultura. Ainda, a Associação está envolvida no projeto de reconhecimento da região como produtora de vinhos finos através da criação da Indicação Geográfica dos produtos vitícolas da Campanha Gaúcha.

Portanto, o vinho tem se constituído num elemento de identidade com a cultura campeira regional e o ambiente natural, através de várias manifestações simbólicas e territoriais, entre elas: a associação dos vinhos produzidos na região com o Pampa gaúcho, a criação de atividades turísticas ligadas às cavalgadas e degustação de churrasco de chão com vinho, as imagens da paisagem unindo vinho, Pampa e cultura gaúcha, a preservação do gaúcho e da pecuária no espaço vitícola (Figura 3).

Neste sentido, Flores (2015) menciona que na Campanha Gaúcha é possível observar o vínculo do vinho com o “gaúcho” e a cultura local, tais como o bioma Pampa, pecuária (ovina e bovina), cavalos, o vento “minuano” e os cerros. Tais elementos aparecem na fotografia, iconografia e nos materiais de marketing divulgados pelas

vinícolas. Estas territorialidades legitimam a formação de um território do vinho com a produção de uma identidade e paisagem única.



Figura 3: Os vinhedos, o Pampa e a pecuária

Fonte: Guatambu Estância do Vinho.

Ademais, as territorialidades e apropriação marcam também a utilização do espaço da Campanha pela vitivinicultura e pelo interesse dos atores vitícolas. Existe a espacialidade de grandes dimensões de vinhedos homogêneos (Figura 4) que marcam também o território do vinho, juntamente com a modernidade promovida pelo capital e pelas empresas que tem tecnologias para efetivação das atividades vitícolas, tais como: tratores, colheitadeiras, máquina Lazo TPC (Thermal Pest Control) que realiza o controle térmico de pragas evitando o uso de fungicidas.

Em síntese, este novo território tem representado uma nova perspectiva de desenvolvimento para região e para expansão do setor vitícola com a criação de um polo inclinado para os vinhos finos, assim como uma apropriação espacial voltada para a dimensão vitícola.



Figura 4: Vinhedo moderno na Campanha Gaúcha

Fonte: Associação Vinhos da Campanha (2017).

5 | CONCLUSÕES

A vitivinicultura tem criado no Rio Grande do Sul, em distintos períodos históricos e com conjunturas econômicas locais distintas, diferentes territórios produtores de uva e vinho. Destacamos em nosso estudo dois dos principais territórios do vinho gaúcho: o território do Vale dos Vinhedos e o território da Campanha Gaúcha.

No primeiro exemplo temos uma vitivinicultura com mais de um século de existência, já tradicional no estado e repleta de simbologias e significados que remetem aos imigrantes, “colonos italianos”, que ali se estabeleceram e plantaram os primeiros parreirais, que convivem e ao mesmo tempo contrastam com os vinhedos modernos, que vão avançando pelo território. Porém, mantêm a sua simbologia com o lugar, com os atores locais e com as práticas de cultivo, que lhe renderam a primeira Indicação Geográfica do país. O vinho e a paisagem dos vinhedos cobrindo as encostas do relevo íngreme presente nesse território representa a identidade do lugar com o morador e seus valores culturais, que atualmente se encontram valorizados principalmente pelo enoturismo, que no Vale já está consolidado internacionalmente.

O segundo caso apresenta o vinho inserido na região da Campanha Gaúcha, que passa a adquirir os elementos que identificam a área geográfica com a produção vitícola, como por exemplo, o cavalo, e a paisagem local que a exemplo da paisagem do Vale dos Vinhedos passa a figurar nos rótulos das garrafas de vinho elaboradas no “novo” território vitivinícola do Rio Grande do Sul. Na Campanha o vinho recebe um novo significado, pois passa a incorporar os valores culturais locais para adquirir importância no território.

Essa relevância e perspectiva de crescimento econômico, que o vinho está proporcionando na região da Campanha Gaúcha credencia o lugar a futuramente receber a Indicação de Procedência, assim como se deu no Vale dos Vinhedos. A IP está motivando mais vitivinicultores a se unirem em busca desta distinção para os seus vinhos elaborados nas mais variadas regiões do território brasileiro.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA. **Galeria de Vídeos - Vinhos da Campanha**. Disponível em: <<http://vinhosdacampanha.com.br/>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

BLUME, R. A Dimensão Humana do Terroir: o Caso da Vitivinicultura da Serra Gaúcha. **Anais eletrônicos...** In: XVI Encontro Nacional dos Geógrafos: Crise, práxis e autonomia: espaços de resistência e de esperanças. Porto Alegre, jul. 2010. p. 1-10.

BONNEMAISON, J. **La Géographie culturelle**. Paris: Éditions du CTHS, 2000.

DAL PIZZOL, R.; PASTOR, L. V. E. **Paisagens dos vinhedos rio-grandenses**. Bento Gonçalves: Instituto Rinaldo Dal Pizzol, 2016.

FALCADE, I. **A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de Procedência de vinhos das regiões dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo**

(Brasil). 2011. 310f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Universidade de Borgonha, Porto Alegre; Dijon (França), 2011.

As paisagens vitícolas e a identidade das indicações de procedência Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo. In: MEDEIROS, Rosa Maria Vieira de e FALCADE, Ivanira. **Expressões da re-territorialização do campo brasileiro**. 1º Edição. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2013, p. 257-281.

Indicações geográficas, o caso da Região com indicação de procedência Vale dos Vinhedos. 2005. 109f. Dissertação de Mestrado – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

FERNANDES, B. M. Entrando nos territórios do território. In: PAULINO, E. T.; FABRINI, J. E. **Campesinato e territórios em disputa**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008. P. 273- 301.

FLORES, S. S. Vinho e identidade no Brasil: da Itália ao vinho tipicamente brasileiro. **Anais eletrônicos...** In: VIII ENGRUP: agricultura, desenvolvimento regional e transformações socioespaciais. Florianópolis, mar. 2015. p. 60-61.

GUATAMBU ESTÂNCIA DO VINHO. **Vinhedos**. Disponível em: <<http://www.guatambuvinhos.com.br/vinhedos.php>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

HAESBAERT, R. **RS: Latifúndio e Identidade Regional**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1988.

HEIDRICH, A. **Além do latifúndio: geografia do interesse econômico gaúcho**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Biblioteca**. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO. **Panorama Geral**. Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/Panorama-Geral>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

MANFIO, V.; MEDEIROS, R. M. V. A vitivinicultura na Campanha Gaúcha: uma nova perspectiva de desenvolvimento rural. In: Encontro Nacional de Geografia Agrária. **Anais eletrônicos...** Natal, nov. 2014.

MEDEIROS, R. M. V. **Território, espaço de identidade**. In: Saquet, M. A.; Sposito, E. S. (Org.). Território e territorialidades: teoria, processos e conflitos. São Paulo: expressão Popular, 2009.p. 217-228.

_____. A produção familiar e suas diferentes formas de representação. In MARAFON, G. J.; RUA, J.; RIBEIRO, M. A. **Abordagens teórico-metodológicas em geografia agrária**. Rio de Janeiro: edUERJ, 2007.

MELLO, L. M. R. de **Cadastro Vitícola do Rio Grande do Sul – 2013 a 2015**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2017. Disponível em: < <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/cadastro-viticola>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

NIEDERLE, P. A. **Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares**. 1º Edição. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

SAQUET, M. A. **Por uma abordagem territorial**. In: Saquet, M. A.; Sposito, E. S. (org.). Território e territorialidades: teoria, processos e conflitos. São Paulo: expressão Popular, 2009.p. 73-94.

SILVA, R. do N. e; PONS, M. ; VADUGA, V. O saber fazer enogastronômico do território do Vale dos Vinhedos/RS. *Ágora*. Santa Cruz do Sul, v.18, n. 01,p. 07-17, jan./Jun. 2016.

VALDUGA, V. **Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi – 1870 a 1960 (RS/Brasil)**. 2011. 219f. Tese de Doutorado – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85107-78-9

