

# 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](http://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

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
NOVAS TERRITORIALIDADES NA FRONTEIRA PANDINA BOLIVIANA: A PAN – AMAZÔNIA EM CONFLITO	
<i>Francisco Marquelino Santana</i> <i>Josué da Costa Silva</i>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>16</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>26</b>
AGRICULTURA E ECONOMIA ESPACIAL EM MOSSORÓ/RN: DINÂMICAS E ESPECIFICIDADE REGIONAL.	
<i>Alexandre Alves de Andrade</i>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>36</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>46</b>
GEOGRAFIA DA AGROINDÚSTRIA DE SOJA ARGENTINA E OS IMPOSTOS ÀS SUAS EXPORTAÇÕES.	
<i>Pablo Martin Bender.</i>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>58</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>72</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>84</b>
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>	

<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>98</b>
SABOR ARTESANAL: O TURISMO CERVEJEIRO COMO FENÔMENO ESPACIAL EM RIBEIRÃO PRETO - SP	
<i>Alex Rodrigues De Oliveira</i>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>107</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>123</b>
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>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>133</b>
DESAFIOS PARA A CONSERVAÇÃO DAS SEMENTES CRIOULAS	
<i>Maria Angela Comegna</i>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>143</b>
CAFEICULTURA EM RONDÔNIA: MODERNIZAÇÃO E SUBORDINAÇÃO AO MERCADO	
<i>Tiago Roberto Silva Santos</i> <i>Ricardo Gilson Da Costa Silva</i>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>153</b>
A AGRICULTURA DE PRECISÃO E AS RELAÇÕES DE GÊNERO	
<i>Tainara Bruna Montagna</i> <i>Roseli Alves dos Santos</i>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>162</b>
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>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>172</b>

## AS PAISAGENS VITÍCOLAS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL: O CASO DO VALE DOS VINHEDOS E DA CAMPANHA GAÚCHA

**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:** As paisagens são o conjunto de formas construídas no espaço e que apresentam uma dimensão perceptiva do sujeito – observador. Particularmente a paisagem vitícola é formada pelas formas ligadas ao vinho, partindo da materialização da cultura, da vitivinicultura e das inter-relações com o espaço e o observador. No Rio Grande do Sul, estas paisagens são visíveis nos espaços do Vale dos Vinhedos e da Campanha Gaúcha, onde o universo do vinho compõe as formas visíveis e imaginárias destes espaços. Por isso, este artigo buscou discutir as paisagens vitícolas destes dois espaços, trabalhando com as formas-conteúdos de ambas, entendendo o vinho como um elemento central. Para compor a pesquisa foram realizadas diferentes leituras sobre a temática, a abordagem empírica e o trabalho de campo, onde pode-se realizar a coleta de dados, a leitura e o registro da paisagem. A pesquisa mostrou que a paisagem

vitícola do Vale dos Vinhedos apresenta como principais elementos: o vinho, a cultura italiana e o ambiente de encosta do planalto basáltico, marcado por relevo íngreme, enquanto a Campanha Gaúcha apresenta uma paisagem vitícola que corresponde uma intersecção entre a cultura gaúcha, a vitivinicultura e o bioma pampa. Embora diferentes, estas paisagens compartilham a Geografia do vinho na sua essência paisagística, resultado da construção da relação espaço-tempo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Paisagem vitícola, cultura, Vale dos Vinhedos, Campanha Gaúcha.

**ABSTRACT:** The landscapes are the set of forms constructed in the space and that they present a perceptive dimension of the citizen - observing. Particularly the viticulture landscapes is formed by forms linked to the wine, leaving of the materialization of the culture, the vitiviniculture and the Inter-relations with the space and the observer. In the Rio Grande Do Sul, these landscapes are visible in the spaces of the Valley of the Vineyards and the “Gaucha’s” Campaign, where the universe of the wine composes the visible and imaginary forms of these spaces. Therefore, this article searched to argue the viticulture landscapes of these two spaces, working with the form-contents of both, understanding the wine as a central element. To compose the research different readings on the

thematic one had been carried through, the empirical boarding and the work of field, where it can be carried through the collection of data, the reading and the register of the landscape. The research showed that the viticulture landscape of the Valley of the Vineyards presents as main elements: the wine, the Italian culture and the environment of hillside of basaltic plateaus, marked for steep relief, while the “Gaucha’s” Campaign presents a viticulture landscape that corresponds a intersection between the “Gaucha’s” culture, the vitiviniculture and the biome called “Pampa”. Although different, these landscapes share the Geography of the wine in its landscape-based essence, result of the construction of the relation space-time.

**KEYWORDS:** Viticulture landscape, culture, Valley of the Vineyards, “Gaucha’s” Campaign.

## 1 | INTRODUÇÃO

A ciência geográfica trabalha com diferentes conceitos que são extremamente importantes para o entendimento da sociedade e do espaço, entre eles está o de paisagem geográfica. Todavia, a paisagem também é foco de estudos em outras ciências, que produzem infinitas leituras sobre a dinâmica paisagística. A paisagem no contexto da geografia é entendida como um conjunto de formas constituídas pela interação homem-natureza.

Assim, são produzidas várias paisagens, têm as urbanas, as rurais, as ambientais e as vitícolas. As vitícolas são percebidas nos espaços de vitivinicultura e compõe a mistura de elementos como o vinho, o ambiente, a cultura local. Sendo uma paisagem muito procurada e apreciada pelos turistas, que lhes provoca diversas emoções e reflete toda uma simbologia do lugar onde ela se encontra presente.

Estas paisagens vitícolas estão localizadas em diferentes partes do mundo, onde são produzidos os mais variados tipos de vinhos, desde os mais tradicionais até os mais sofisticados. No Brasil, as paisagens vitícolas também estão se tornando importantes instrumentos de observação e acompanhamento da evolução da produção do espaço, especialmente pelo aparecimento de novas e diferentes regiões de dinâmica vitícola e pelo crescimento econômico da importância do vinho no país. Antigamente, tinha-se como paisagem do vinho no país a da região da Serra Gaúcha, principalmente o Vale dos Vinhedos, hoje existem outras paisagens que representam o vinho brasileiro como, por exemplo, a paisagem vitícola da Campanha Gaúcha e a do Vale do São do Francisco.

Diante disso, este artigo busca discutir a respeito do conceito de paisagem a partir da perspectiva da geografia, enfocando as paisagens vitícolas presentes no Rio Grande do Sul, tomando como área de estudo o Vale dos Vinhedos (Figura 1) e a região da Campanha Gaúcha (Figura 2), demonstrando as composições, particularidades e elementos que diferenciam cada uma destas paisagens.



Figura 1: Mapa de Localização do Vale dos Vinhedos  
 Fonte: Adaptado por Manfio (2018) a partir da APROVALE.



Figura 2: Mapa de Localização da Campanha Gaúcha vitícola  
 Fonte: Adaptado por Pierozan (2018) a partir da Associação Vinhos da Campanha.

Para atingir os objetivos propostos foi utilizada a abordagem empírica, tendo com os recursos metodológicos: a revisão de literatura, o trabalho de campo, onde foi possível realizar a leitura da paisagem e o registro de informação. Quanto às leituras essenciais para pesquisa destacam-se: Corrêa e Rosendahl (1998), Santos (1996),

Falcade (2006, 2011), Maximiano (2004), entre outros.

Por fim, o artigo estrutura-se em três partes: a primeira de discussão do conceito de paisagem e da paisagem vitícola; o segundo uma abordagem da paisagem vitícola do Vale dos Vinhedos; e o último item uma análise da paisagem vitícola da Campanha Gaúcha.

## 2 | O VINHO E A PAISAGEM GEOGRÁFICA

A paisagem é um conceito antigo. Para MAXIMIANO (2004, p.83), “a formulação de um conceito de paisagem ocorreu ao longo de muito tempo, começando a se manifestar mais claramente a partir das observações de pintores, artistas e poetas, tanto do Oriente quanto no Ocidente”. Este termo adquiriu cientificidade no século XV com os alemães (VENTURI, 2004).

Para Humboldt o conceito de paisagem foi associado às diferentes áreas, suas composições e os elementos predominantes que se diferenciavam das demais regiões. Enquanto, “Na Geografia Ocidental contemporânea paisagem é entendida como produto visual de interações entre elementos naturais e sociais que, por ocupar um espaço” (MAXIMIANO, 2004, p.83).

Assim, ao longo do tempo, o conceito de paisagem foi ganhando outras dimensões passando a ser relacionado a fatores como a cultura. A paisagem também passa a ser um ponto de interesse dos geógrafos. Como afirmam Corrêa e Rosendahl (1998, p.7) “a paisagem tem-se constituído em um conceito-chave da Geografia, tendo sido vista como o conceito capaz de fornecer unidade e identidade à geografia num contexto de afirmação da disciplina”.

Conceitualmente, Santos (1996, p.103) por “um conjunto de formas que num dado momento exprime as heranças que representam as sucessíveis relações localizadas entre homem e natureza”. Complementando, Corrêa e Rosendahl (1998) consideram a paisagem geográfica como um conjunto de formas naturais e culturais, associadas a uma determinada área.

Em Corrêa e Rosendahl (1998), a paisagem pode ser entendida por vários ângulos, não apenas como a forma,

A paisagem geográfica apresenta simultaneamente várias dimensões que cada matriz epistemológica privilegia. Ela tem uma dimensão morfológica, ou seja, é um conjunto de formas criadas pela natureza e pela ação humana, e uma dimensão funcional, isto é, apresenta relações entre diversas partes. Produto da ação humana ao longo do tempo, a paisagem apresenta uma dimensão histórica.

Tendo em vista estas dimensões, a paisagem relaciona-se à percepção, a identidade cultural, a memória e outros sentidos dos observadores. Conforme Ferraz (2013), a “paisagem ao mesmo tempo em que é vista por um observador, age determinando seu olhar”. Reforça ainda, Almeida e Sartori (2008, p.110) que “a visão, essencial para a percepção das paisagens, não se limita a receber passivamente os

estímulos externos, mas os organiza para lhes atribuir sentido (interpretação)”, assim, a paisagem é identificada por meio da visão, percepção e interpretação.

Além disso, “a paisagem exprime desejos, imagens, sentimentos e emoções” (PIEROZAN; MANFIO; MEDEIROS, 2017, p.4716). Portanto, a paisagem também tem elementos da subjetividade do sujeito-observador, pois este visualiza as formas espaciais conforme sua interpretação e sentimentos. Para Castrogiovanni (2002), a paisagem é uma realidade cultural, porque resulta do trabalho humano e também do objeto de observações.

A paisagem adquire também uma multiplicidade de tons e sons, pois existem diferentes tipos de paisagem, das mais materiais, ligadas às formas e o ambiente, como as paisagens naturais, urbanas, rurais, até as mais imateriais associadas às características culturais tais como as paisagens culturais e vitícolas.

Particularmente as paisagens vitícolas, são entendidas como o resultado dos complexos processos naturais e humanos, envolvendo os seguintes componentes: vinho, terreno, técnica e cultura (JOLIET, 2006 citado por FALCADE, 2011). Além disso, as paisagens vitícolas têm memórias, cheiros e histórias. Para as paisagens dos vinhedos podem ser um museu a céu aberto, trazendo uma riqueza de elementos ligados ao vinho (DAL PIZZOL; PASTOR, 2016). Reforçam Manfio, Pierozan e Medeiros (2015, p.1), “as paisagens vitícolas compõem diferentes arranjos a partir da identidade, cultura, e das funções que a vitivinicultura desempenha no espaço”.

De acordo com Falcade (2006), as paisagens vitícolas brasileiras, de modo geral, têm o espaço como condição da própria existência, são resultado e testemunhas da cultura, sendo as expressões das relações e trabalho daqueles que as construíram, num determinado período histórico.

No Brasil, a tradicional região de colonização italiana do Vale dos Vinhedos compõe uma das paisagens vitícolas mais importantes, com uma marca única que associa a cultura italiana e o universo do vinho, contextualizando o modo de saber e fazer artesanal vistas em algumas cantinas. E a paisagem torna-se então atrativa ao turismo, ofertando o lugar, a vivência e as formas (LAVANDOSKI; LANZER, 2012).

Atualmente, novas regiões brasileiras têm investido na produção de vinhos, surgindo paisagens vitícolas, cujos vinhedos vêm sendo vinculados a elementos do local e a cultura do lugar (PIEROZAN; MANFIO; MEDEIROS, 2017). Dessa forma, surgem várias paisagens vitícolas no Brasil, frente à expansão da vitivinicultura e as novas formas espaciais e culturais dos lugares de produção de vinhos.

### **3 | PAISAGEM VITÍCOLA DO VALE DOS VINHEDOS**

O Vale dos Vinhedos está “localizado na Serra Gaúcha, inserido no encontro de três diferentes municípios, Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. O Vale representa o legado histórico, cultural e gastronômico deixado pelos imigrantes italianos que chegaram à região a partir de 1875” (APROVALE, 2018, *on-line*). A medida

que os italianos foram se fixando e deram início ao árduo processo de colonização no desconhecido e inóspito território “A uva e o vinho passaram a ganhar destaque na região, a paisagem de mata fechada passou a dar espaço as videiras, e aos poucos, o espaço geográfico do Vale foi se moldando” (PIEROZAN; MANFIO; MEDEIROS, 2017, p.4719).

As encostas declivosas do planalto basáltico e os vales presentes no lugar passaram a ter suas formas de relevo cobertas com gigantescos e verdejantes vinhedos conduzidos horizontalmente na forma latada. De acordo como Dal Pizzol e Pastor (2016, p.26) “Essa formação se apresenta como geradora de uma paisagem que se manteve por mais de cento e quarenta anos [...]”, e desde os primeiros vinhedos plantados foi se sobrepondo e ganhando o espaço na paisagem nativa da mata atlântica que ia se fragmentando, se reduzindo, e cada vez mais cedia espaço as vinhas.

Todos os anos “com o transcorrer dos diferentes meses, a cada nova estação, estes vales trocam seus tons e adereços, enfeitando-se com os aromas e cores das uvas, que gradativamente são substituídos pelo verde, amarelo e vermelho das folhas [...]” (APROVALE, 2018, *on-line*). Esse ciclo vegetativo realizado anualmente pela videira presente nas imagens da (Figura 3) e (Figura 4), transforma a paisagem do Vale em um produto turístico distinto em cada uma das diferentes estações do ano.



Figura 3: Vale dos Vinhedos durante a primavera

Fonte: APROVALE (2018).



Figura 4: Vale dos Vinhedos durante o outono

Fonte: APROVALE (2018).

Assim, em pouco mais de um século que o território começou a ser desbravado

A vitivinicultura se tornou a principal atividade econômica da região, a paisagem dos vinhedos se consagrou como a “grande marca” do lugar, é um símbolo identitário da região, caracteriza e representa o viticultor, descendente de imigrantes italianos, que ali se encontra, e faz o que de melhor sabe fazer, que é, cultivar uvas e elaborar vinhos. (PIEROZAN; MANFIO; MEDEIROS, 2017, p.4719).

A vitivinicultura que se desenvolve no Vale é muito particular, sendo composta basicamente por parreirais cultivados em pequenas propriedades rurais, estrutura fundiária dominante em toda a região de colonização italiana. As vinícolas, por sua vez, representam também o espírito empreendedor dos primeiros italianos que ali se instalaram e que foi transmitido aos seus descendentes e que se mantém fortemente presente no viticultor do Vale até hoje. Esta virtude ganhou bastante impulso principalmente a partir de 1990, quando “Muitas famílias produtoras de uvas deixaram de vender a produção para as grandes vinícolas e passaram a fazer seu próprio vinho e comercializá-lo.” (VALDUGA, 2012, p.134).

Atualmente o território do Vale conta com “vinícolas de diferentes portes, contemplando desde cantinas familiares, boutiques e de garagem, assim como grandes empresas que contam com parcerias internacionais” e exportam parte de seus produtos para os mais variados mercados consumidores, inclusive para os mais exigentes e tradicionais produtores de vinho, como o europeu. (APROVALE, 2018, *online*). O vinho do Vale se tornou o principal expoente da vitivinicultura brasileira, que passou a despertar o interesse e chamar a atenção dos países estrangeiros pela sua qualidade.

Além do vinho e da paisagem dos vinhedos o território do Vale também proporciona outros atrativos bastante procurados pelo turista que visita a região e busca conhecer mais de perto a cultura do lugar e como são produzidos os vinhos. “A cultura local se expressa de diversas formas, na gastronomia, nos corais típicos, no vinho, arquitetura, no sotaque das pessoas e nos filós, que eram encontros realizados entre as famílias

com caráter mais prolongado e de cortesia [...]” (VALDUGA, 2012, p.134). Juntamente com a vitivinicultura o enoturismo também se tornou um dos grandes atrativos aos viajantes que procuram visitar e conhecer o Vale. Assim,

O turista, que vai até o Vale tem a oportunidade de vivenciar duas experiências únicas. A primeira, é a degustação e compra dos vinhos, que podem ser levados para qualquer lugar do Brasil e do mundo, e consigo levam a identidade do espaço geográfico. A segunda experiência, é proporcionada pelo lugar, pela paisagem dos vinhedos, que encanta os olhos do turista. (PIEROZAN; MANFIO; MEDEIROS, 2017, p.4720).

As duas experiências que o visitante do Vale vivência são materializadas pelo vinho, produto do trabalho e dedicação do vitivicultor e pela paisagem do lugar, que agrega a cultura local e se torna única, tendo em vista que essa forma de cultivar os parreirais foi trazida da Itália pelos primeiros imigrantes. No país de origem dos italianos essa paisagem praticamente não existe mais, mas no Vale se tornou símbolo máximo da presença do imigrante na região e permanece na paisagem do lugar, estampa vários rótulos de vinhos ali produzidos desde a chegada dos primeiros colonizadores.

#### **4 | ENTRE OS CAMPOS DE PECUÁRIA E OS VINHEDOS: UMA PAISAGEM VITÍCOLA DA CAMPANHA GAÚCHA**

A Campanha Gaúcha advém de um contexto histórico de lutas pela posse do território fronteiriço. De acordo com Chelotti e Pêsoa (2007), a ocupação do território da Campanha Gaúcha, durante o império, foi marcada por lutas entre Portugal e Espanha para a conquista e anexação de terras e pelas batalhas da Revolução Farroupilha.

Estes conflitos e a colonização dos portugueses na região foram decisivos para a implantação de um sistema de latifúndio e pecuária. Em Haesbaert (1988, p.36),

[...] apropriado o território, fixada a fronteira, articulavam-se nitidamente uma base econômica específica (a pecuária), um grupo hegemônico regional (o caudilhismo militar-pastoril) e uma identidade cultural-ideológica forjada no espaço latifundiário e nas práticas sociais a ele vinculada.

Estas marcas foram materializadas na paisagem e cultura local que associada ao ambiente natural do Bioma Pampa compõem um cenário paisagístico de vinculação do Pampa, pecuária e cultura gaúcha. Entretanto, nas últimas décadas, as mudanças verificadas na região, com a introdução da vitivinicultura e de outras atividades econômicas passaram a modificar não somente o modo de vida e a econômica, mas também a paisagem do lugar.

Convém ressaltar que a vitivinicultura não é uma atividade recente na Campanha Gaúcha, como afirma Flores (2011), a produção de uvas na Campanha Gaúcha começou em áreas pontuais, com os jesuítas no século XVII, e com os portugueses, no século seguinte, no entanto, não apresentou expressividade econômica e identitária.

Foi, contudo, somente após a década de 1970, que a vitivinicultura se instala na região trazendo novas perspectivas para o desenvolvimento regional e transformando

a paisagem com a implantação dos vinhedos comerciais e da chegada das vinícolas. Para Flores (2011), a vitivinicultura ressurgiu no espaço da Campanha na década de 1970 quando estudos edafoclimáticos demonstraram condições favoráveis à produção de uva e vinho na região, trazendo empresas da Serra Gaúcha para fronteira gaúcha.

Juntamente com os vinhedos e vinícolas, a Campanha Gaúcha viu surgir estruturas de vinificação modernas e o enoturismo passou a ganhar importância, pois começou a atrair visitantes para a região. Os vinhedos que foram instalados na Campanha e os novos que estão sendo plantados são fortemente marcados pela modernidade, tecnologia, mecanização e grandes extensões de vinhedos conduzidos em espaladeira tendo como foco uvas nobres destinadas principalmente a elaboração de vinhos finos e espumantes (Figura 5).



Figura 5: Parreirais da Campanha Gaúcha

Fonte: Mello (2017).

Além disso, na paisagem atual da Campanha Gaúcha “estão materializados elementos da pecuária da cultura gaúcha, do Pampa e do vinho” (MANFIO; MEDEIROS, 2017, p.30). Entre os elementos da cultura gaúcha estão a lida campeira, na arquitetura espanhola das vinícolas, na figura do gaúcho; enquanto os elementos da pecuária, o gado ovino e bovino, o cavalo, a estância; e nos elementos do Pampa estão a vegetação, o relevo suave a ondulado, a fauna (MANFIO; MEDEIROS, 2017). Todos estes elementos aparecem na paisagem como marca-matriz (Figura 6). Para Flores (2015, p.60), “Tais elementos aparecem na fotografia, iconografia, elementos de linguagem das vinícolas e discurso dos atores” (FLORES, 2015, p.60).

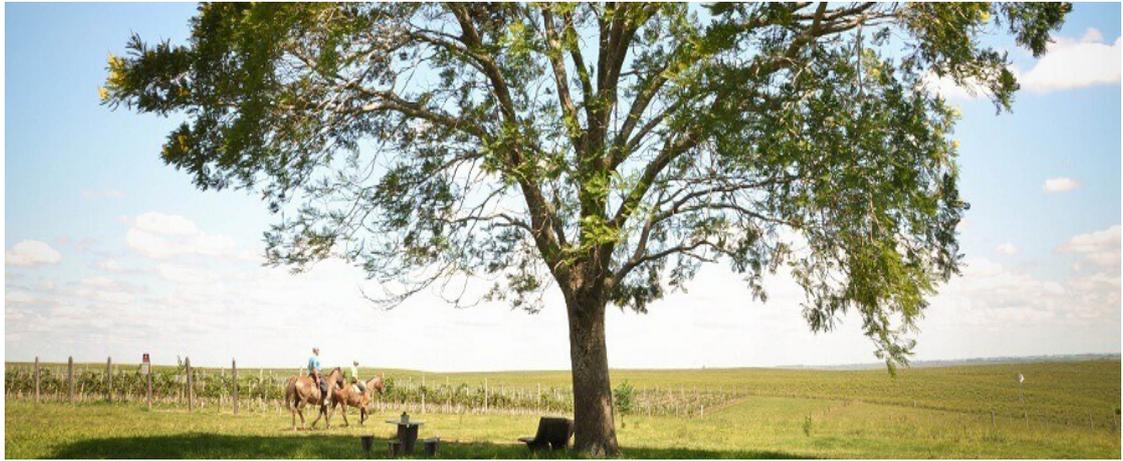


Figura 6: Os elementos da paisagem da Campanha

Fonte: Guatambu Estância do Vinho.

Ademais, Flores (2015, p. 60-61) coloca que, “O vinho não aparece como parte histórica da identidade, mas como elemento atual que carrega e sintetiza marcos da identidade local do gaúcho e da Campanha”. Portanto, a vitivinicultura aparece como um novo elemento na identidade e na paisagem da Campanha, trazendo outro olhar para paisagem, agora com a essência do *terroir* do vinho fino.

Assim, pode-se concluir que a paisagem vitícola da Campanha Gaúcha é marcada pelas extensões de vinhedos modernos, pelo bioma Pampa, pela pecuária e pela figura do gaúcho. Sendo uma paisagem diferente das demais paisagens do vinho existentes no país, pois revela um espaço natural e cultural distinto.

## 5 | CONSIDERAÇÕES

A vitivinicultura no estado do Rio Grande do Sul tem criado diferentes paisagens vitícolas como, por exemplo, a paisagem cultural presente no Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha, com vinhedos e vinícolas familiares, que contrasta com a paisagem da viticultura moderna que vai se expandindo na região da Campanha Gaúcha repleta principalmente de vinhedos comerciais, empreendimentos vitivinícolas modernos e inovadores.

No primeiro caso, temos uma paisagem que representa o morador local, que identifica uma região. A videira e os parreirais no Vale são muito mais que um ofício, é a identidade do vitivinicultor, é o conhecimento transmitido de pai para filho que permanece presente desde a chegada dos primeiros italianos há mais de um século ao lugar e se tornou a principal atividade econômica da família e agrícola da região.

No segundo caso, a paisagem vitícola na Campanha se apresenta como o “novo”, a possibilidade do setor vitivinícola da Serra se expandir em outra área favorável a vitivinicultura. Mas, surge também, como a oportunidade para o morador local diversificar a sua produção agrícola e obter renda, possibilita a valorização da cultura local, gaúcha, pois os vinhedos passam a figurar na paisagem tradicional do Pampa

e passa a agregar os elementos típicos da Campanha, como a figura do gaúcho, o cavalo, as coxilhas, que passarão a estar associados ao vinho e aos vinhedos plantados na Campanha.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. P.; SARTORI, M. DA G. B. A percepção da paisagem urbana de Santa Maria - RS e os sentimentos de topofilia e topofobia de seus moradores. **Ciência e Natura**, Santa Maria: UFSM, v. 30, n. 2, p. 107 - 126, 2008.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS. **O Vale**. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA. **Terroir - Localização Geográficas**. Disponível em: <<http://vinhosdacampanha.com.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

CASTROGIOVANNI, A. C. Porque geografia no turismo? Um exemplo de caso. Porto Alegre. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

CHELOTTI, M. C.; PÊSSOA, V. L. S. Latifúndio, assentamentos rurais, florestamento: qual identidade regional da Campanha Gaúcha no século xxi. In: Colóquio Internacional de Geocrítica, IX. **Anais...** Porto Alegre, 28 de maio - 1 de jun. de 2007. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/9porto/chelotti.htm>. Acesso em: 15 de dez. 2015.

CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. Apresentando leituras sobre paisagem, tempo e cultura, p.7-11. In: Corrêa, R. L.; Rosendahl, Z. (org.) **Paisagem, tempo e cultura**. RJ: Ed da UERJ, 1998.

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, Porto Alegre, 2011.

FALCADE, I. Reflexões sobre paisagens vitícolas no Brasil. **Anais...** In: Encontro de Grupos de Pesquisa, II, Uberlândia, 2006.

FLORES, S. S. **Desenvolvimento territorial sustentável a partir dos territórios do vinho: O caso dos "Vinhos da Campanha."** 2011. 153f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

\_\_\_\_\_. Vinho e identidade no Brasil: da Itália ao vinho tipicamente brasileiro. In: Encontro de Grupos de Pesquisa, VIII., Florianópolis, 2015. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2015. Disponível em: <[http://www.lagea.ig.ufu.br/biblioteca/anais/Anais-\\_ENGRUP-2015.pdf](http://www.lagea.ig.ufu.br/biblioteca/anais/Anais-_ENGRUP-2015.pdf)>. Acesso em: 20 jun. 2018.

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.

LAVANDOSKI, J.; LANZER, R. M. A paisagem como atrativo para o visitante do Vale dos Vinhedos, Sul do Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**. Campinas, n. 17/18, p.1271-1284, 2012.

MANFIO, V.; MEDEIROS, R. M. V. A paisagem do vinho na Campanha Gaúcha. In: MEDEIROS, R.

M. V.; LINDNER, M. (org.). **A Uva e o Vinho como expressões de cultura, patrimônio e território**. Porto Alegre: Instituto de Geociências da UFRGS, 2017. p. 21-36.

MANFIO, V.; PIEROZAN, V. L.; MEDEIROS, R. M. V. Paisagens vitícolas e identidade cultural: uma abordagem sobre o Vale dos Vinhedos (RS) e Campanha Gaúcha. In: Simpósio de Ensino, Pesquisa e Extensão – SEPE. XIX, Santa Maria, 2015. **Anais do SEPE...** Santa Maria: Unifra, 2015.

MAXIMIANO, L. A. Considerações Sobre o Conceito de Paisagem. **RA´e GA**, Curitiba, n. 8, p. 83-91, 2004.

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.

PIEROZAN, V. L.; MANFIO, V.; MEDEIROS, R. M. V. O vinho, a cultura e o espaço: a constituição de paisagens geográficas no Vale dos Vinhedos e Campanha Gaúcha -RS. In: ENANPEGE, XII, 2017. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ANPEGE, 2017.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: Técnica e Tempo; Razão e Emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

VALDUGA, V. O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, v.6, n. 2, p. 127-143, 2012.

VENTURI, L. A. B. A dimensão territorial da paisagem geográfica. In: Congresso Brasileiro de Geógrafos – AGB, VI., Goiânia, 2004. **Anais...** do VI Congresso Brasileiro de Geógrafos. Goiânia, 2004.

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

