

## DA SERRA GAÚCHA À CAMPANHA: AS DINÂMICAS DA VITIVINICULTURA GAÚCHA E A CONSTITUIÇÃO DE IDENTIDADES

Alberta von Mühlen Bertele<sup>1</sup>

Vanessa Oliveira da Silva<sup>2</sup>

Bárbara Jayne Budke Pause<sup>3</sup>

Eduardo Schiavone Cardoso<sup>4</sup>

**Resumo:** A vitivinicultura caracteriza-se por apresentar um modo de produção específico de acordo com a perspectiva da qual se destina e dependendo do modo de cultura de quem o promove. Para além destas questões, interfere na dinâmica espacial, tornando-se um elemento chave para a interpretação da paisagem e dos espaços, e especificamente para o objeto de estudo da ciência geográfica: a relação dialética da sociedade e a natureza. Dessa forma, com o presente artigo, buscamos uma análise das duas regiões com expressão produtiva da uva no Rio Grande do Sul, com os objetivos de (a) verificar a organização produtiva da vitivinicultura em cada área; (b) identificar inter relações entre as regiões produtivas; e (c) compreender a uva como um elemento de tradição e identidade na Região da Serra e na Região da Campanha. Focando na análise qualitativa realizou-se a pesquisa bibliográfica, e com a base teórica obtida, na observação, na vivência nas regiões de estudo e nas entrevista com os produtores locais, analisou-se o território, que aponta as interações, influências e conexões da produção da uva em cada uma dessas regiões e entre elas. Em ambas regiões, a vitivinicultura contribuiu com o desenvolvimento econômico, seja através do cultivo, indústria, turismo e consumo.

**Palavras-chave:** vitivinicultura, identidade produtivas, redes de influência econômica, uva na cultura local.

**Resumen:** La viticultura se caracteriza por presentar un modo de producción específico según la perspectiva a la que se destina y en función del modo de cultivo de quien la promueve. Además de estas cuestiones, interfiere en la dinámica espacial, convirtiéndose en un elemento clave para la interpretación del paisaje y los espacios, y específicamente para el objeto de estudio de la ciencia geográfica: la relación dialéctica entre sociedad y naturaleza. Así, con este artículo, buscamos un análisis de las dos regiones con expresión productiva de uvas en Rio Grande do Sul, con los objetivos de (a) verificar la organización productiva de la viticultura en cada área; (b) identificar las interrelaciones entre las regiones productivas; y (c) comprender la como un elemento de tradición e identidad en la Comarca de la Serra y en la Comarca de la Campaña. Centrándose en el análisis cualitativo, se realizó una investigación bibliográfica, y con la base teórica obtenida, en la observación, en la experiencia en las regiones de estudio, en las entrevistas a los productores locales, además de datos, y territorio, que apunta las interacciones, influencias y conexiones de la producción de uva en cada una de estas regiones y entre ellas. En ambas regiones, la viticultura ha contribuido al desarrollo económico, ya sea a través del cultivo, la industria, el turismo o el consumo.

**Palabras clave:** viticultura, identidad productiva, redes de influencia económica, uva en la cultura local.

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós Graduação em Geografia (PPGGeo) da UFSM. albertabertele@gmail.com

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Geografia (PPGGeo) da UFSM. vanessa-slg@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestranda no Programa de Pós Graduação em Geografia (PPGGeo) da UFSM. babi17budke@gmail.com

<sup>4</sup> Doutor em Geografia - USP, professor titular do Departamento de Geociências e do PPGGEO-UFSM. educard2016@gmail.com

## INTRODUÇÃO

A Geografia, nas suas especificidades, busca explicar as relações do ser humano com o seu meio para identificar e analisar os fatores que envolvem o pensar, o fazer, o gostar, o sentir, o comercializar, e todas as demais ações que norteiam as atividades humanas no espaço geográfico. Análises como as que se apresentam no artigo, partem da compreensão de que os alimentos têm se constituído em uma das formas mais significativas para se estudar e conhecer a sociedade. A riqueza dessa temática, emergente na Geografia, pode ser rapidamente percebida pela amplitude e diversidade das abordagens (MENDES, 2021).

A vitivicultura insere-se nessas discussões, por representar um dos alimentos mais antigos de várias civilizações, que perpassou ao longo do tempo e dos territórios, por meio das diferentes migrações, associações e perpetuação de culturas e identidades. No Brasil foi introduzida por portugueses e espanhóis já no século XVI, cuja iniciativa pioneira refere-se à Martim Afonso de Souza no sudeste, na época da Capitania de São Vicente, em 1532 (SOUSA, 1969). No mesmo período, há registros de experiências no Sul e Nordeste do país.

Todas essas iniciativas, contudo, não caracterizaram as regiões com “identidade vitivinícola”. Esse processo só vai iniciar com a chegada dos imigrantes no século XIX, em especial os italianos, a partir de 1875 (FALCADE, 2011). Dessa forma, as áreas produtoras passaram a ser os locais de colonização, onde os imigrantes se estabeleceram e organizaram seu modo de vida e de produção, principalmente no nordeste do Rio Grande do Sul (RS) com destaque para a região da Serra. Porém, é importante mencionar que outras regiões do Estado, como Fronteira Oeste, Campanha e Médio Alto Uruguai, também vem se destacando na produção de uva destinada à vitivicultura.

Assim, ao analisar-se a organização do espaço geográfico, deve-se observar a sociedade como portadora de diversidades e contradições internas nos modos de apropriação da natureza e das formas de produção. Apresentam também diferenças históricas e culturais que as justificam. Essas diferenças podem estar interligadas, articuladas e subordinadas em um mundo contemporâneo e globalizado. Os processos de produção, apesar de possuírem um carácter externo hegemônico, possuem forças internas que o modificam e diversificam.

As dinâmicas que envolvem os alimentos se descortinam como temática cada vez mais interessante nas análises geográficas, pois a materialidade presente na configuração do espaço está incluída também das imaterialidades que são abundantes nas práticas cotidianas que

comunicam significados nesse constante fazer-se que marca a configuração do espaço geográfico (MENDES, 2021, p.8).

Com o presente artigo, buscamos uma análise das duas regiões com expressão produtiva da uva no Rio Grande do Sul, com os objetivos de (a) verificar a organização produtiva da vitivinicultura em cada área; (b) identificar inter relações entre as regiões produtivas e (c) compreender a uva como um elemento de tradição e identidade na Região da Serra e na Região da Campanha.

## **METODOLOGIA**

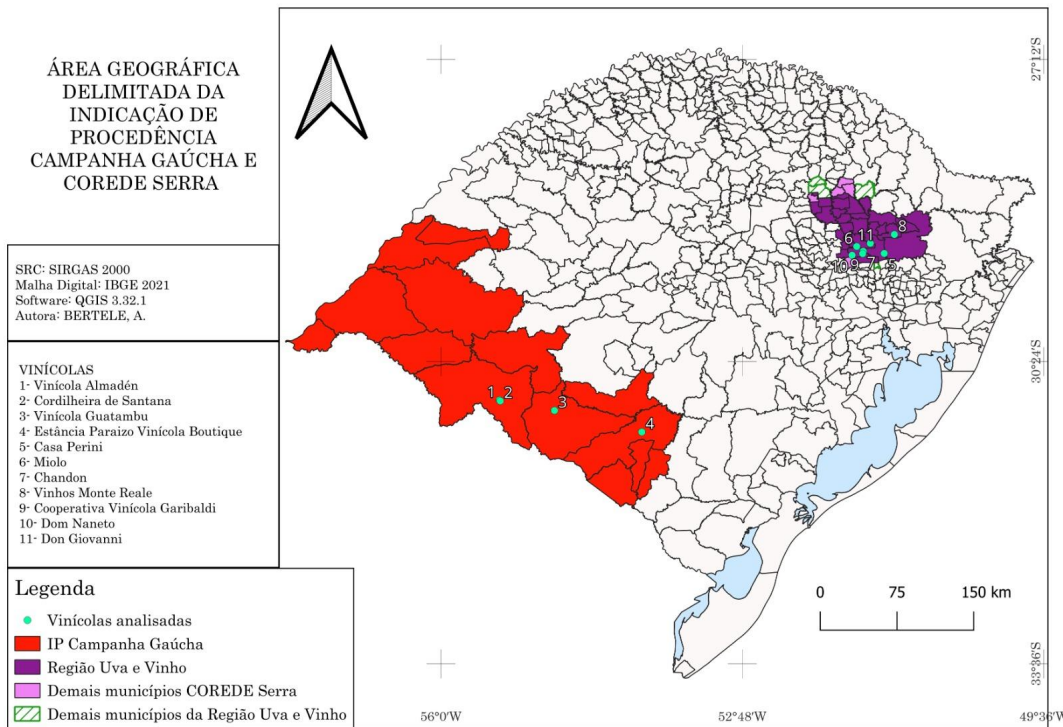
A organização metodológica deste artigo, ocorreu em quatro grandes etapas: (1) levantamento bibliográfico sobre os principais temas da pesquisa como vitivinicultura, resgate histórico da inserção da uva em cada uma das regiões, cadeias produtivas, organização espacial e da produção, redes de influência econômica, uva na cultura local e identidade produtiva, dentre outros; (2) coleta de dados secundários, acessando plataformas e bancos de dados; (3) análise do território através da observação de campo e vivência nas regiões de estudo, além do contato com os produtores e vinícolas locais. Dessa forma, definiu-se como local de estudo as regiões da Serra Gaúcha e da Campanha. Nesta etapa definiram-se as vinícolas a serem analisadas, conforme observa-se na Figura 1.

Para a região da Serra, para melhor compreender e analisar a riqueza e complexidade da sua vitivinicultura, definiu-se sete vinícolas com distintas características, conforme ilustrado na figura 1. Foram analisadas a vinícola Miolo e Chandon, como vinícolas de grande porte e multinacionais, a Cooperativa Vinícola Garibaldi como uma cooperativa vinícola e as vinícolas Casa Perini, Dom Naneto e Don Giovanni como vinícolas familiares.

Para a Região da Campanha, definiram-se as vinícolas que possuem a Indicação de Procedência “Campanha Gaúcha” que garante que o vinho expresse as características da região na qual foi produzido, atendendo aos requisitos estabelecidos no Caderno de Especificações Técnicas, além de estarem associadas à Associação Vinhos da Campanha.



Figura 1: Mapa de localização da área de estudo (IP Campanha Gaúcha e Corede Serra) e vinícolas selecionadas.



Fonte: própria autora.

A área geográfica delimitada pelo IP da Campanha totaliza 44.365 km<sup>2</sup> abrangendo 14 municípios da região: Aceguá, Alegrete, Bagé, Barra do Quaraí, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra, Itaquí, Lavras do Sul, Maçambará, Quaraí, Rosário do Sul, Santana do Livramento e Uruguaiana. Buscou-se selecionar as vinícolas localizadas em diferentes áreas do IP, definindo-se: Vinícola Almadén; Cordilheira de Santana; Vinícola Guatambu; Batalha Comercial de Vinhos Ltda. e Estância Paraizo Vinícola Boutique, assim identificados:

Com a realização das etapas anteriores, partiu-se para a quarta etapa: coleta e organização dos dados e das pesquisas de campo, sistematização do trabalho, discussões e análises dos dados obtidos. Destaca-se a abordagem qualitativa que permeou todas as etapas de pesquisa.

## **OS CAMINHOS DA VITIVINICULTURA GAÚCHA**

A organização espacial é, segundo Corrêa (2003, p. 55), “o conjunto de objetos criados pelo homem e dispostos sobre a superfície”, resultado das variáveis múltiplas atuando numa dada formação econômica e social, estruturado numa dinâmica nas formas espaciais

(ARAÚJO, 1985, p.17). Para Gomes (2021, p.57), a organização espacial é “o conjunto de formas e interações envolvendo a sociedade, mercadorias, informação e capital, dispostos espacialmente, respondendo a uma lógica”.

Santos (1985 apud SILVEIRA, 2009, p.20) aponta a existência de um movimento dialético que transforma lugares em combinações de variáveis distintos ao longo do tempo, desta maneira, a organização espacial é transformada pelo “movimento da totalidade no tempo e no espaço que fundamenta a concepção de que este é produzido no e pelo movimento da sociedade”.

A organização espacial é constituída por elementos interdependentes: os homens, as firmas, as instituições, os elementos físicos da paisagem e as infraestruturas. Para Silveira (2009), os elementos do espaço devem ser considerados como variáveis num estudo, pois a cada “momento histórico, mudam seu papel e sua posição no sistema temporal e no sistema espacial e, o valor de cada qual deve ser tomado da sua relação com os demais elementos e com o todo” (SILVEIRA, 2009, p.22)

Deste modo, a organização espacial é multidimensional, efetivando múltiplos papéis e sendo afetada por diversas práticas e dimensões. Apresenta, entre outras, as dimensões econômica, política e cultural, “cada uma regida por processos e mecanismos específicos, mas integrados na mesma formação social” (CORRÊA, 2011, p. 8). Assim, muitas práticas socioeconômicas e espaciais acabam por organizar o espaço, entre elas a vitivinicultura, que se preocupa tanto com a produção da uva quanto com a elaboração do vinho e demais bebidas derivadas da uva, abrangendo as áreas de atuação de viticultura e vinicultura.

Deste modo, é uma atividade pertencente ao setor primário (cultivo e produção da uva) e secundário (produção do vinho, suco e/ou espumante), e, em alguns casos, abrange também o setor terciário (comércio e turismo). Atualmente, o estado do Rio Grande do Sul é o maior produtor de uva do Brasil, liderando o ranking de 2017 com 755.879 toneladas de uva viníferas (CENSO AGROPECUÁRIO 2017, IBGE), ou seja, cultivada para a produção de vinho, espumante e suco.

Dentro do Rio Grande do Sul, o grande destaque da produção vitivinícola está localizado na Serra Gaúcha, região nordeste do estado, chamada de Região Uva e Vinho. Apesar de ser uma região turística, engloba os municípios com maior produção vitivinícola do estado, porém mencionam-se novas regiões como Fronteira Oeste, Campanha e Médio Alto Uruguai, onde localiza-se a atual Indicação de Procedência da Campanha, destaque na produção de uva destinada à produção de vinhos finos.

Além disso, destaca-se que o Rio Grande do Sul é um estado diversificado em seus elementos naturais, em função da diversidade de clima, solos, relevo, e a formação de distintos ecossistemas. De acordo com o Mapa dos Biomas do Brasil, elaborado pelo IBGE, as duas grandes áreas de estudo se concentram em dois diferentes biomas: a Mata Atlântica e o Pampa, que, somado a questões de relevo e altitude, contribuem para a caracterização das Indicações Geográficas de cada região, onde as características naturais determinam as principais características do *terroir* e a indicação da procedência.

Mesmo sendo os dois grandes produtores de uva e de seus derivados no estado, as regiões da Serra e da Campanha apresentam sistemas produtivos distintos. A vitivinicultura na Serra está muito associada ao fator cultural. As três primeiras colônias italianas do Rio Grande do Sul localizavam-se nesta região, deste modo, foi povoada por italianos e seus descendentes a partir de 1870.

Para os imigrantes, o plantio da uva e a possibilidade de beber vinho eram formas de identificação (LAVANDOSKI, TONINI E BARRETO, 2012), cujas raízes estavam na Itália, um país onde a tradição vitivinícola é forte. Assim, a uva assumia um papel de elemento unificador e formador da identidade dos imigrantes instalados na região. Aos poucos, o elemento de identidade com suas origens tornou-se um bem que passou a ser comercializado como forma de sustento, bem como aprimorado, com o auxílio de tecnologias e aumento de capital para investimentos. Assim, o cultivo artesanal da uva evoluiu para os modernos métodos de produção, o que assegurou à região uma posição de destaque na economia nacional da vitivinicultura.

A região da campanha destaca-se como a mais importante área de expansão emergente no Sul do Brasil para a viticultura, a partir da década de 1980, em um movimento convergente de investimentos estrangeiros, iniciativas locais e investimentos de vinícolas da Serra Gaúcha, que expandiram suas áreas de produção. O diferencial dessa região define-se por sua área de localização e características advindas dela, destacando-se o “Paralelo 31”, as áreas da fronteira do Brasil com o Uruguai e Argentina, e as condições geográficas do Bioma Pampa.

Todos esses fatores acabaram por dar suporte aos investimentos iniciados na década de 1980, com forte expansão a partir dos anos 2000, de modo a constituir uma região vitivinícola reconhecida e com identidade territorial.

### **(a) Organização Produtiva**

#### **Vinhedos da Serra**

Segundo Farias (2008, p. 2), o crescimento do setor vitivinícola no Rio Grande do Sul ao longo do tempo pode ser agrupado pela ação (conjunta ou isolada) de três agentes distintos, em épocas diferentes: a) no início da colonização italiana, o surgimento/crescimento do setor pode ser atribuído ao trabalho e conhecimento técnico acumulado dos imigrantes; b) nas primeiras décadas do século XX, com o apoio institucional intensivo do estado, principalmente com a importação de mudas de videira e a constituição do Sindicato Vinícola (posteriormente Instituto Rio-grandense do Vinho); c) formação de associações de empresas produtoras do setor, principalmente a partir da década de 80, com o intuito de pressionar o Estado para a formação de políticas de mercado; d) ação conjunta das associações de produtores e Estado na constituição de uma política única de apoio às exportações, principalmente a partir do final dos anos 90.

No Rio Grande do Sul, as primeiras colônias a receberem imigrantes italianos foram a Conde D'Eu, Dona Isabel e Caxias, entre os anos de 1875 a 1889 (FACHIN, 2016). Foram impostos a “constituírem núcleos familiares e possuírem conhecimento agrícola ou serem camponeses, garantindo o desenvolvimento agrícola pretendido” (FACHIN, 2016). Segundo Leão (2010), os imigrantes italianos trouxeram consigo mudas de castas europeias, porém, as condições climáticas do Rio Grande do Sul não favoreciam seu cultivo de cultivares européias e foram dizimadas por doenças. A introdução da cv. Isabel (*V. labrusca* L.), de origem americana, forneceu a base para o estabelecimento da vitivinicultura no estado do Rio Grande do Sul.

Assim, com a disseminação do plantio de videiras do tipo Isabel por todo território das colônias possibilitou a elaboração de vinhos, que quase todos colonos passaram a fazer nos porões de suas casas. Segundo Ferreira e Ferreira (2016), quando a produção de vinho começou a exceder o consumo próprio da família, passou a ser usado como moeda de troca



por outras mercadorias, bem como a ser vendido para demais localidades do Rio Grande do Sul, especialmente Porto Alegre.

Porém, apesar da produção e demanda do mercado terem aumentado, isso não significou uma mudança na qualidade do vinho, devido a falta de conhecimento e tecnologias dos imigrantes italianos e seus descendentes. Isso só mudou com a chegada de empresas vinícolas no início do século XX, iniciando a vinificação industrial e com apoio institucional intensivo do estado.

Por exemplo, o governo do Estado instituiu a “Estação Experimental de Agronomia, na qual se fizeram as primeiras análises dos vinhos produzidos, aconselhando-se a correção do mosto e outras medidas indispensáveis, sobretudo, à conservação do produto” (FARIAS, 2008), bem como estudava a “adaptação de viníferas européias ao clima e solo da Serra Gaúcha, além de comparar os produtos das castas finas e das comuns, realizava enxertos”.

Diversas empresas vinícolas de cunho familiar surgiram no período, porém, de acordo com Ferreira e Ferreira (2016), o aumento sem controle da produção e a competição entre essas empresas, somadas a questões políticas e econômicas do país e no mundo, ocasionaram uma crise. Nesse cenário surgem, na década de 30, as cooperativas vinícolas, ideia que já era incentivada pelo governo. Como exemplo, temos a Cooperativa Vinícola Garibaldi, criada em 1931, uma das selecionadas e analisadas neste estudo. O cooperativismo vinícola surgiu para criar uma opção de escoamento da produção de uvas, melhorar a indústria vinícola e qualidade de seus produtos, bem como defender os pequenos produtores familiares do interesse do mercado. As cooperativas vinícolas conquistaram rapidamente o mercado, voltado inicialmente para consumidores com menor poder aquisitivo.

Na década de 1970, chegam as multinacionais na Serra Gaúcha, como a vinícola analisada: Chandon, trazendo inovações e tecnologias, que modificaram a organização produtiva vitivinícola na Serra Gaúcha e conseqüentemente a organização espacial. Os agricultores passaram a substituir seus parreirais de Isabel para passar a cultivar uvas finas de casta européia, uma exigência das multinacionais que pagavam os agricultores com preços diferenciados das vinícolas brasileiras, além das grandes bonificações. Assim, os agricultores tiveram que se adequar a novas tecnologias para lidar com as exigências das multinacionais e produzir uvas de qualidade diferenciada (FERREIRA E FERREIRA, 2016).

As vinícolas brasileiras, como as cooperativas, passaram por crises nesse período, por não conseguir concorrer no mercado com as multinacionais e com a perda de vários associados, que eram agricultores e os fornecedores da uva. As vinícolas com maior capital,



se preocuparam com o lançamento de novos produtos, de maior qualidade e preços, “tentando diminuir o hiato, principalmente tecnológico, com as multinacionais, na tentativa de se manter no mercado” (FARIAS, 2008).

Os agricultores que não quiseram se adequar às exigências das multinacionais e que não conseguiam mais escoar sua produção para as vinícolas gaúchas, que em sua maioria estavam em crise, passaram a constituir suas próprias vinícolas, no terreno de suas propriedades. Assim, na década de 1970 e 1980, houve o surgimento de vinícolas de pequeno e médio porte, principalmente na zona rural dos municípios da Serra Gaúcha, caracterizadas por serem vinícolas familiares, como a vinícola Dom Naneto (década de 1970), Casa Perini (1970) e Vinhos Monte Reale (1973), Don Giovanni (1982) e a Miolo (1989).

A década de 70 também foi marcada por um estudo que modificou o cenário vitivinícola gaúcho: zoneamento vitícola do Instituto de Pesquisas Agrícolas (Ipagro), da Secretaria de Agricultura do Rio Grande do Sul (FERREIRA E FERREIRA, 2026). Esse estudo inseriu a Campanha gaúcha no zoneamento vitícola do Rio Grande do Sul para o cultivo de *vitis vinifera*. Essa nova região também chamou a atenção das multinacionais. A primeira a chegar no território foi National Distillers, em 1974, através da vinícola Almadén, da Califórnia, depois a Château Lacave (1980) e a Santa Colina (1982), discutidos ao longo do trabalho.

Como já exposto, a produção das multinacionais na Serra Gaúcha era voltada para vinhos finos. Segundo Ferreira e Ferreira, a década de 90 foi marcada pela abertura do mercado brasileiro aos vinhos importados, cujos vinhos finos tinham uma melhor qualidade em comparação aos nacionais, o que acarretou sérias dificuldades para as multinacionais, que, com exceção da Chandon, cujo foco são espumantes, deixaram o Brasil.

Como consequência, os produtores de uva perderam seus grandes compradores e houve queda do consumo do vinho nacional, ocasionando numa grande crise na vitivinicultura brasileira. Como estratégia para prevalecer na crise, as vinícolas passaram a investir no enoturismo, buscando uma identidade vitivinícola própria, para se diferenciarem do mercado. Também houve a “ação conjunta das associações de produtores e Estado na constituição de uma política única de apoio às exportações, principalmente a partir do final dos anos 90” (FARIAS, 2008).

Segundo Fávero (2006), o turismo na Serra Gaúcha surgiu nas décadas de 1940 e 1950, pelo clima ameno da região serrana para veranejar. Com o fortalecimento da indústria na

região, os hotéis existentes fecharam e novos foram construídos para “hospedar empresários, vendedores, homens de negócios que se dirigiam à região para visitar as indústrias”.

A cidade de Gramado, na década de 90, já era um grande polo turístico no estado, e, por não conseguir atender toda demanda, a indústria turística sentiu a necessidade de diversificar a oferta turística e oferecer novos atrativos (FÁVERO, 2006). Aliando-se com as vinícolas da Serra, que enfrentavam a crise, juntamente com o investimentos de empresários e industriais da região dos mais diversos ramos, surge o enoturismo da Região Uva e Vinho.

Assim surgem as iniciativas para fortalecer e estruturar o turismo na região, principalmente pelas ações da AtuaSerra, associação de turismo regional de fundo privado (FÁVERO, 2006). Nos anos 2000, surge como uma estratégia de incentivar o turismo, bem como proteger a cultura local e certificar a qualidades e características dos produtos vitivinícolas, as Indicações Geográficas.

Como já apontado, a Serra Gaúcha conta com cinco Indicações de Procedência: Vale dos Vinhedos (2002), Pinto Bandeira (2010), Altos Montes (2012), Monte Belo (2013) e Farroupilha (2015). O Vale dos Vinhedos, segundo seu site oficial, além da Indicação de Procedência, teve, a partir de 2012, o reconhecimento do Vale como Denominação de Origem (DO), para ostentarem esta classificação, os produtos devem obedecer regras mais específicas em relação ao cultivo da uva e à elaboração do vinho.

Deste modo, o sistema produtivo da vitivinicultura da região serrana é caracterizado pela agricultura familiar, pela pequena propriedade, por um laço cultural, por uma produção artesanal e industrial, para turistas e para abastecer o mercado nacional e pela presença de grandes e pequenas vinícolas, sejam elas cooperativas, multinacionais ou familiares.

### **Vinhedos da Campanha**

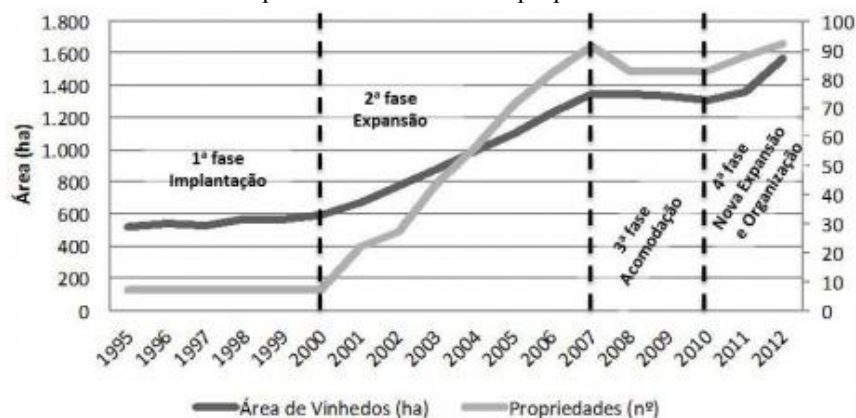
Historicamente, o processo da colonização da campanha foi palco de muitas disputas e conflitos, formando uma identidade reconhecida onde a principal atividade desenvolvida nessa região foi por muitos anos a pastoril e pecuarista. Especificamente para a produção vitivinícola, estudos apontam para áreas pontuais, com a produção artesanal dos jesuítas presentes nas reduções a oeste e centro do estado, no século XVII, e com os portugueses colonizadores do leste do estado, no século XVIII (SOUSA, 1969).

De acordo com a Associação de Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha, no fim do século XIX e início do século XX, ocorreram registros das primeiras vinícolas localizadas na Campanha Gaúcha, especificamente em Uruguaiana e Bagé. Destaca-se nesse

processo a vinícola J. Marimon & Filhos, que iniciou o plantio de seus vinhedos em 1882, na Quinta do Seival, onde atualmente localiza-se o município de Candiota. Nesse mesmo período, Pizzol e Souza (2014) destacam o desenvolvimento dos vinhedos no Uruguai como elemento responsável por levar a viticultura para a Campanha, como uma consequência posterior da imigração espanhola, com registros de produção de uvas e vinhos, que eram consumidos na região, a partir de 1887.

Em um salto histórico, Flores (2015) divide a trajetória moderna da vitivinicultura na Campanha em quatro fases: 1) implantação, a partir dos anos 1980; 2) expansão, que teve início nos anos 2000; 3) acomodação, a partir de 2007; e, 4) nova expansão e organização da região para o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica, a partir de 2010 e a Indicação de Procedência em 2020, conforme observado no gráfico abaixo.

Gráfico 1: Fases de implantação da Vitivinicultura na região da campanha, destacando a área plantada e o número de propriedades.



Fonte: (Flores, 2015)

Calça (2023) define como marco inicial da vitivinicultura moderna da Campanha Gaúcha o estudo do "Zoneamento agroclimático para a cultura da videira", desenvolvido pelo extinto Instituto de Pesquisas Agrícolas da Secretaria de Agricultura do Rio Grande do Sul (IPAGRO), decorrente de um convênio firmado entre o Ministério da Agricultura do Brasil, o governo do Rio Grande do Sul e o Instituto Interamericano de Ciências Agrícolas da Organização dos Estados Americanos, na década de 1970. A autora pontua que de 1976 a 2000, a alteração da matriz produtiva tradicional de pecuária e grãos, insere a vitivinicultura na região, marcando o início da estruturação dos vinhedos em Santana do Livramento, hoje área pertencente a Vinícola Almadén, significativo para a implementação da atual área de produção, incluindo a instalação de vinícolas.

Uma nova fase de *expansão* iniciou nos anos 2000, juntamente com o processo de globalização, a interferência de capitais externos, e a busca de investimentos nesta região. Essa fase foi marcada pela expansão, onde a vitivinicultura passou a contar com a participação de produtores da região, os “produtores independentes”, aliado a isso, os bons preços pagos para aquisição de terras e de uvas promoveu a inserção de “novos empreendedores”. Em muitos casos, os projetos tiveram início e suporte fomentado pelas futuras compradoras (FLORES, 2011; FLORES; MEDEIROS, 2010, 2013).

Flores (2011) afirma que a partir de 2007, a região passa por um processo de *Acomodação*, gerada por algumas dificuldades para a comercialização e a produção, devido a perdas representativas na safra de 2009-2010 (FLORES, 2011). Observa-se, de acordo com a autora uma queda na produção, abandono de produtores, queda no número de propriedades, sem que houvesse redução na área plantada. Esse fator é um forte indicador da realidade posta atualmente pela organização econômica, onde ocorre uma disparidade e a concorrência entre as grandes empresas e os pequenos produtores, fruto das novas relações econômicas e do processo da globalização. Paralelamente, também marcou o início de uma atuação mais direta de vinícolas da Serra Gaúcha na região da Campanha. Dentre elas, destaca-se a Vinícola Miolo, que em 2009 adquire a vinícola Almadén e a Miolo do Vale dos Vinhedos, o Seival de Candiota e Terranova do Vale do São Francisco, formando a *Miolo Wine Group*.

O quarto período inicia-se por volta de 2010 e traz como característica uma *Nova expansão*, decorrente da intensificação do movimento Serra Gaúcha-Campanha, aliada à *Organização* institucional da vitivinicultura da região. Em nível regional, a Associação de Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha<sup>5</sup> reúne as vinícolas e também está aberta para ingresso de produtores independentes, através das associações municipais. De acordo com a Embrapa (2023), o setor vitivinícola da região da Campanha Gaúcha conta hoje com quinze empresas, duas cooperativas, uma associação, mil e quinhentos hectares de parreirais, 8.000.000 l/ano de vinhos finos, e através de um projeto de cooperação coordenada pela Embrapa Uva e Vinho, busca desenvolver na Indicação Geográfica (IG), todos os elos da cadeia produtiva. A associação apresenta vinte associados, com dezesseis deles originários da região da campanha.

Flores (2018) afirma que a produção está concentrada nos municípios de Santana do Livramento, Candiota, Bagé e Dom Pedrito, em ordem decrescente, cada um com sua

---

<sup>5</sup>Foi constituída em abril de 2010, e dentre as ações que a Associação vem desenvolvendo, destacam-se o processo da Indicação Geográfica (IG). Site:<<https://www.vinhosdacampanha.com.br/>>.

peculiaridade. Nos dois primeiros, é bastante presente a viticultura corporativa, responsável pelas grandes áreas. Já Dom Pedrito destaca-se por concentrar empreendedores e, Bagé, pelo número de produtores independentes, no contexto da região. Destacam-se duas grandes vinícolas localizadas em Uruguaiana e Itaqui, próximas à região noroeste/missões, com divisa com a Argentina. Apesar dessas características, o município de Santana do Livramento continua sendo o principal pólo, pois trata-se da maior área de vinhedos, com mais de 980 ha e do maior número de produtores.

Novos marcos iniciam com: (a) o pedido de registro da Indicação de Procedência (IP) Campanha Gaúcha protocolado junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), em 2017 e reconhecido em 2020, o que possibilitou a avaliação anual dos vinhos submetidos ao Conselho Regulador da Indicação Geográfica para utilização do selo de IP Campanha Gaúcha; (b) o lançamento da Rota turística dos Vinhos da Campanha Gaúcha em 2021; e em 2023 com (c) a abertura do primeiro *freshop do vinho* e (d) o retorno do Trem dos Pampas.

A principal característica da Indicação de Procedência Campanha Gaúcha são os vinhedos cultivados em espaldeiras, e a autorização de trinta e seis cultivares de videira produzidas na região, todas elas de *Vitis vinifera* para a produção de vinhos finos tranquilos brancos, rosados e tintos e os espumantes naturais são os produtos autorizados na IP. De acordo com a Associação de Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha, “o principal fator para a produção são as condições edafo-climáticas da região que são propícias para a produção de uva de grande qualidade”, sendo que “são vendidos para praticamente todos os Estados do Brasil, e exportados para mais de vinte países”.

### **(b) Inter-relações entre as regiões produtivas**

O movimento Serra Gaúcha-Campanha se dá com o ingresso ou o fortalecimento da presença das grandes vinícolas da Serra Gaúcha na região, seja com projetos próprios, ou através do fomento de produtores locais. Para a comercialização e a elaboração, o destino das uvas produzidas na Campanha Gaúcha é a vinificação em instalações próprias (cerca de 54%), venda para outras vinícolas (45%) e, em menor escala, venda para consumo in natura (1%). As vinícolas da Campanha elaboram seus vinhos majoritariamente, a partir de vinhedos próprios. A compra de uvas ocorre em casos pontuais, quando os vinhedos estão em implantação ou por oportunidade de negociação (FLORES, 2018; EMBRAPA, 2023).

Nos anos 2000 contaram com a influência e investimentos das vinícolas da Serra Gaúcha na Campanha Gaúcha, com a compra da vinícola Almadén (Campanha) pelo grupo Miolo (Serra) e pela compra de 500 hectares de terra para implantação de vinhedos no município de Santana do Livramento (Campanha) e associação com produtores de Bagé (Campanha) para cultivo de *vitis vinifera* para a vinícola Salton (Serra). Essa grande relação entre as duas regiões de estudo se comprova no questionário (tabela 2), apontando que o destino da produção é a venda para a Serra Gaúcha em todos os vitivinicultores entrevistados, sejam eles empreendedores ou produtores independentes.

Em termos de estrutura de vinificação, a região da Campanha passa por uma fase de realocação, por parte da viticultura corporativa, ao mesmo tempo em que os novos empreendedores realizam investimentos, mas buscam otimização e parcerias. Nesse ponto, é importante compreender que um dos grandes desafios da região está em superar as dificuldades logísticas, uma vez que a região está distante dos mercados consumidores e, também, dos principais fornecedores, dificultando a diminuição da sua dependência com a Serra Gaúcha.

**(c) compreender se a uva realmente é um elemento de tradição e identidade na Região da Serra e na Região da Campanha.**

A vitivinicultura, com a migração, assumiu o papel de um elemento unificador e formador de identidade dos imigrantes italianos e seus descendentes no Rio Grande do Sul, sendo um importante meio de sustento das famílias de imigrantes italianos e seus descendentes, promovendo o crescimento econômico. A vitivinicultura também contribuiu para o forte caráter industrial de Serra Gaúcha, que hoje é diverso, mas que surgiu e ampliou-se a partir das indústrias vinícolas.

Na Serra Gaúcha, a vitivinicultura é associada a questões culturais e da memória coletiva dos descendentes de imigrantes italianos, envolvendo diferentes tradições e manifestações culturais em torno da vitivinicultura, seja pelas festividades, culinária, períodos de produção, etc. É essa identidade local, voltada para o pequeno produtor familiar que cultiva uva e a presença de vinícolas de diversos portes, que o turismo se apropria.

Sendo assim, o cultivo da uva é uma manifestação cultural e sua importância está no estabelecimento e manutenção de um sentimento de pertencimento, de vínculo de identidade com as origens. Outra característica da vitivinicultura da Serra é a agricultura familiar. Além

da questão cultural nas colônias, as famílias iam sendo distribuídas por lotes, que com o passar das décadas, foram dividindo-os entre irmãos, formando assim pequenas propriedades rurais, onde a família vivia e cultivava produtos de subsistência e a uva.

A presença da uva como elemento de tradição e identidade na Região de Serra é tão forte que todas as festividades locais são relacionadas a uva e grande parte da população local, especialmente os descendentes dos imigrantes italianos, tiveram contato com o cultivo de uvas ou vinícolas, seja acompanhando os pais ou avós nos vinhedos quando crianças, seja trabalhando em algum setor da cadeia produtiva vitivinícola, seja consumindo os produtos ou seja na vivência da cidade nas épocas de colheita, com um intenso fluxo de caminhões carregados de uva ou com um aumento do fluxo de turistas que vem para a vindima.

A vitivinicultura, cujo papel inicial era ser sustento dos imigrantes, atualmente, é um elemento que reforça a “identidade local em função da memória coletiva. Foi se transformando, aos poucos, em um bem de valor econômico e, mais recentemente, em atrativo turístico” (LAVANDOSKI, TONINI E BARRETO, 2012).

Diferentemente da serra gaúcha, a região da campanha é reconhecida historicamente pelos grandes latifúndios e pecuária, e com o tempo foram se instalando os vinhedos, com participação de empresas e produtores familiares. Podemos afirmar que a vitivinicultura da região serrana expandiu recentemente sua forma produtiva para a região da campanha, promovendo a modificação espacial desta, em duas fases distintas (FLORES, 2011): (a) a primeira fase se dá com o ingresso ou o fortalecimento da presença das grandes vinícolas da Serra Gaúcha na região, seja com projetos próprios, ou através do fomento de produtores locais. (b) em um segundo momento, a partir de 2010, aliada à organização institucional da vitivinicultura da região, no sentido de buscar uma identidade própria como referência estratégica para o negócio do vinho da região.

Aos poucos, a vitivinicultura vai se fortalecendo e criando uma identidade própria na região da campanha. Esse movimento se dá em diversas dimensões e passam pela atuação das associações locais, no sentido de fomentar ações integradas e o próprio posicionamento da região vitivinícola em contextos mais amplos (FLORES, 2018).

Para Flores (2018), a expansão da vitivinicultura ao longo da história explora novas fronteiras geográficas, seja em termos de produção ou de consumo. Tal expansão dá origem a vinhedos com expressão e identidade próprias, em um diálogo constante entre vinhedo e território, como é o caso da região da campanha que abriga um dos maiores vinhedos do

Brasil. Na Campanha, os parreirais passam a ser elementos da paisagem associados às produções já em execução, tais como a pecuária.

Assim como os vinhedos impactam a paisagem e os territórios, também são afetados por questões que permeiam a sociedade. Observamos que apesar de um novo direcionamento, fruto da modernização da produção, da industrialização, da produção e exportação de “vinhos finos”, a tradição familiar e cultural não desapareceu.

Em ambas regiões, foi possível visualizar que a vitivinicultura transformou-as, em diferentes períodos, em polos atrativos para tecnologia e investimentos, além de pesquisas nas áreas de agronomia, turismo e enologia.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Segundo Chelotti e Medeiros (2020, p.04), há expressões territoriais da vitivinicultura distintas em cada região, sejam elas associadas às práticas tradicionais do saber fazer o vinho (colonial/rústico), ou as novas práticas associadas a saber fazer junto aos processos modernos (finos/castas), produzindo novas ruralidades associadas a uva e ao vinho. Entre as regiões tradicionais e as novas há trocas.

Por exemplo, vitivincultores das regiões tradicionais (Serra) cultivam nas regiões novas (Campanha) e empresários das regiões novas buscam a experiência das regiões tradicionais. Nos dois casos, a vitivinicultura é expressão da identidade da sociedade que a produz, seja ligada aos valores culturais da imigração italiana, seja expressão da sociedade técnico-científica-informacional (CHELOTTI E MEDEIROS, 2019, p. 200).

Nas duas regiões a vitivinicultura influenciou a organização territorial e promoveu novas dinâmicas, seja pela paisagem, economia, giro de capital, cultura, turismo e sobretudo, os fluxos nas e entre essas regiões.

## **REFERÊNCIAS**

APROVALE. Indicação Geográfica. Vale dos Vinhedos. Disponível em: <<https://www.valedosvinhedos.com.br/indicacao-geografica>>.

ARAÚJO, V. M. R. H. de. A organização espacial da informação científica e tecnológica no Brasil. Ciência da Informação, [S. l.], v. 14, n. 1, 1985. DOI: 10.18225/ci.inf.v14i1.223. Disponível em: <<https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/223>>.





BORGES, R. M.; CARDOSO, E. S. A evolução da cultura da uva no município de Sant'Ana do Livramento/RS. Revista Casa da Geografia de Sobral. Sobral, v. 8/9 p. 21/30, 2006/2007.

CALÇA, K. G. Mudança institucional na vitivinicultura da Campanha Gaúcha: uma análise a partir da Associação Vinhos da Campanha. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Pampa, MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO, 2022.

CARDOSO, E. S. O ESPAÇO GEOGRÁFICO E SUAS CONEXÕES: PAISAGEM, LUGAR, REGIÃO, TERRITÓRIO. In. As categorias e as Geografias do século XXI [recurso eletrônico] / Organização: Ane Carine Meurer ... [et al.]. -- São Paulo : FFLCH/USP, 2021. p. 269-294.

CASSOL, K. P. A territorialização da vitivinicultura no município de Dom Pedrito/RS. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Maria, DOUTORADO EM GEOGRAFIA, 2019.

CHELOTTI, M. C.; MEDEIROS, R. M. V. O patrimônio territorial vitivinícola do sul de Minas Gerais: expressões do cultivo da uva e do fabrico do vinho. Revista GeoNordeste, São Cristóvão, n.2, Edição Especial, p. 187-203, jul.-dez. 2019.

CHELOTTI, M. C.; MEDEIROS, R. M. V. Paisagens residuais e museu do vinho: patrimônio vitivinícola no sul de Minas Gerais. ParaOnde!?, Porto Alegre, v.13, n.1, p.01-20, 2020.

CORRÊA, R. L. Organização do Espaço: dimensões, processo, forma e significados. GEOGRAFIA, Rio Claro, v. 36, Número Especial, p. 7-16, jan. 2011. Disponível em: <<https://gen2011urc.files.wordpress.com/2012/03/organizac3a7c3a3o-do-espac3a7o-dimens3b5es-processo-forma-e-significados-e28093-roberto-lobato-corr3aaa.pdf>>.

CORRÊA, R. L. Região e Organização Espacial. 7ª edição, São Paulo: Editora Ática, 2003.

COSTA, A. S. Economia da experiência no turismo: compreensão da atividade turística sob um novo olhar. Revista Rosa dos Ventos. V. 3, núm. 1, enero-junio, 2011, pp. 94-102. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2011. Disponível em: . Acesso em março de 2023.

EMBRAPA. Indicação de Procedência (IP). Associação de Produtores de Vinho Fino da Região da Campanha. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). 2019. p.31-198.

FACHIN, G. Imigração italiana na Colônia Conde D'eu e a *Società Italiana di mútuo soccorso Stella d'italia*. Curso de Licenciatura em História, Centro Universitário UNIVATES - 2016. Disponível em: <<https://www.univates.br/bduserver/api/core/bitstreams/5b34a82d-fc32-4592-8303-1de955cc6d0d/content>>.

FALCADE, I. A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo da Indicação de Procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos Pinto Bandeira e Monte Belo do Sul (Brasil). Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia. 2011.



FARIAS, C. V. S. . Formação da Indústria Vitivinícola do RS: da imigração italiana aos dias atuais. In: 4 Encontro de Economia Gaúcha, 2008, Porto Alegre. Anais do 4 Encontro de Economia Gaúcha, 2008

FÁVERO, I. M. R. Políticas de turismo : planejamento na região uva e vinho / Ivane Maria Remus Fávero. - Caxias do Sul, RS : EducS, 2006. Disponível em: <<https://ivanefavero.com.br/wp-content/uploads/2018/08/LIVRO.pdf>>.

FERREIRA, V.; FERREIRA, M. Vinhos do Brasil: do passado para o futuro. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2016.

FLORES, S. S.; MEDEIROS, R. M. V. A consolidação de um território do vinho como estratégia de desenvolvimento territorial em Santana do Livramento/RS. Anais... XX Encontro Nacional de Geografia Agrária (XX ENGA), Francisco Beltrão, PR. Anais... Francisco Beltrão, PR: Unioeste, 2010.

\_\_\_\_\_. Ruralidades na compreensão dos territórios do vinho e sua identidade. Campo-território: Revista de Geografia Agrária, [s. l.], v. 8, n. 15, p. 1-19, 2013.

\_\_\_\_\_. Wine tourism moving towards sustainable viticulture? challenges, opportunities and tools to internalize sustainable principles in the wine sector. In: PERIS-ORTIZ, Marta; RAMA, María de la Cruz del Rio; RUEDA-ARMENGOT, Carlos (Eds.). Wine and tourism: a strategic segment for sustainable economic development. [s.l.]: Springer International Publishing, 2016. p. 229-246.

FLORES, S. S. et al. L'Italie au dehors de l'Italie : un autre regard sur la viticulture italienne et ses répercussions au Brésil. Territoires du vin [en ligne], [s. l.], v. 6, 2014. Disponível em: <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/document.php?id=1722>

FLORES, S. S. Desenvolvimento territorial sustentável a partir da vitivinicultura: o caso dos "Vinhos da Campanha". Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia.. Porto Alegre: 2011.

\_\_\_\_\_. Vitivinicultura sustentável no contexto do Brasil: uma proposta de abordagem. Tese [Doutorado]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Université de Bourgogne. Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia. 2015.

\_\_\_\_\_. A Região dos "Vinhos da Campanha" e suas Perspectivas de Sustentabilidade. Territoires du vin [Online], v. 9, 2018. Disponível em: <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1639> .

HEIDRICH, Á. Além do latifúndio: geografia do interesse econômico gaúcho. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

IBRAVIN. Brasil vitivinícola: regiões produtoras. 2013. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/regioes-produtoras>.



LAVANDOSKI, J., TONINI, H., BARRETO, M. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 6(2), pp. 216-232, mai./ago. 2012. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/download/529/568/1587>>.

LEÃO, P. C. S. Breve histórico da vitivinicultura e a sua evolução na região semiárida brasileira. Anais da Academia Pernambucana de Ciência Agronômica, Recife, vol. 7, p.81-85, 2010. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/47735/1/13-Cronica-07.pdf>>.

MANFIO, V. Vitivinicultura e associativismo : a dinâmica da Associação Vinhos da Campanha na formação de um território no Rio Grande do Sul, Brasil . Tese Doutorado. Programa de Pós graduação em Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do sul. Porto Alegre, 2018.

MANFIO, V.; BERTELE, A. von M. & CARDOSO, E. S. Cooperação E Trabalho No Desenvolvimento Local/Regional: apontamentos a partir da Cooperativa Vinícola Garibaldi e da Cooperativa Agrícola Mista De Nova Palma . Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, n. 39, p. 104-117, 2022.

MARQUETTO, R. M. F. & BECKER, E. L. S. Territorialização e desenvolvimento regional na Fronteira da Paz na perspectiva da uva e do vinho . Ateliê Geográfico - Goiânia-GO, v. 9, n. 2, p.77-98, ago/2015

MDIC. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. APL de vitivinicultura da Serra Gaúcha - RS. 2015. Disponível em: [http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1199987996.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1199987996.pdf).

MEDEIROS, R. M. V. Cultura, patrimônio e territórios do vinho. Para Onde!?, v. 16, n. 1, p. 01-08, 2022.

MELLO, L. M. R. de & MACHADO, C. A. E.. Cadastro Vitícola do Rio Grande do Sul – 2005 a 2007. Brasília, 2008.

\_\_\_\_\_. Cadastro Vitícola do Rio Grande do Sul – 2008 a 2012. Brasília, 2013.

MENDES, G. F. Prefácio Geografia dos Alimentos. In: Menezes, Sônia de Souza Mendonça et al. Geografia dos Alimentos: territorialidades, identidades e valorização dos saberes e fazeres. 1. ed. – Aracaju, SE: Criação Editora, 2021. 235 p.

MENEZES, S. de S. M. Alimentos Identitários: Uma Reflexão Para Além Da Cultura. Geonordeste, Ano XXIV, n.2, 2013. p. 120-136

MMA. Ministério do Meio Ambiente. 2010. Mapa de Cobertura Vegetal: Pampa. <http://www.mma.gov.br/biomas/pampa>.

MOTA, F. S. da. Identificação de região com condições climáticas para a produção de vinhos finos do Rio Grande do Sul. Pesq. Agropec. Bras., [s. l.], v. 27, n. 5, p. 687-694, 1992.



PIZZOL, R. D & SOUZA, S. I. de. Memórias do vinho gaúcho. v.1. Porto Alegre: AGE, 2014.

RESOLUÇÃO INTERNA No 1, DE 21 DE AGOSTO DE 2020 dispõe sobre a alteração transitória do art. 5o do Caderno de Especificações Técnicas da Indicação de Procedência Campanha Gaúcha para incluir o vinho nobre entre os produtos vinícolas autorizados.

RESOLUÇÃO INTERNA No 2, DE 21 DE AGOSTO DE 2020 dispõe sobre os critérios para o enquadramento de produtores nas disposições transitórias do art. 19 do Caderno de Especificações Técnicas da Indicação de Procedência Campanha Gaúcha.

RESOLUÇÃO INTERNA Nº 3, DE 30 DE OUTUBRO DE 2020

Dispõe sobre a rotulagem dos vinhos da Indicação de Procedência Campanha Gaúcha.

SAINT-HILAIRE, A. de. 1779-1859. Viagem ao Rio Grande do Sul. 4ed. Costa, A. M. da (Tradução). Martins Livreiro: Porto Alegre, 2002.

SILVEIRA, S. V. da; PROTAS, J. F. da S. Vinhos finos da região da Campanha gaúcha: tecnologias para a vitivinicultura e para a estruturação de Indicação Geográfica. Bento Gonçalves, RS : Embrapa Uva e Vinho, 2021. 228 p. : il. color. -- (Embrapa Uva e Vinho. Documentos online, 130). ISSN: 1808-4648

SOUZA, J. S. I. de. Uvas para o Brasil. São Paulo: Melhoramentos, 1969.