

Formação econômica e espacial da produção de uvas e vinhos na Serra Gaúcha (RS) como pressuposto ao enoturismo¹

Prof. Dr. **Pedro de Alcântara Bittencourt CÉSAR**²

Profa. Dra. **Éricka Maria Costa de AMORIM**³

Resumo: Estudo da formação socioespacial de áreas de enoturismo na Serra Gaúcha (RS). Esta prática evidencia o município de Bento Gonçalves (RS), que destaca-se como destino indutor do turismo nacional, segundo o Ministério do Turismo. O êxito da atividade turística associado ao posicionamento do circuito econômico estabelece um confronto com outras localidades da região. Inicialmente, realiza-se uma análise crítica frankfurtiana, estudando o espaço de consumo para a visitação vinculado a produção de uva e vinho. Posteriormente, é realizada uma reflexão acerca das suas condições e finaliza-se com uma observação indireta dos roteiros culturais da região. Com objetivo de apresentar um panorama das condições da produção agrícola vinculada ao enoturismo para compreender a atividade turística, associa-se o seu posicionamento na sua formação e nos circuitos da economia e apresenta-se um panorama geral da produção vitivinícola. Espera-se reconhecer a estrutura socioespacial com uma elaboração teórica acerca desta apropriação e o estatuto que diferencia Bento Gonçalves das outras localidades. Assim, apresentam-se meios para em outros estudos poder penetrar nas relações cotidianas de seus atores sociais envolvidos.

Palavras-chave: Enoturismo, turismo Serra Gaúcha, formação espacial.

Introdução e Justificativa

O Governo Imperial Brasileiro tinha interesse na reprodução espacial do nordeste do Rio Grande do Sul. Embora esta área representasse ligações comerciais e de presença de nativos, aos olhos das forças hegemônicas era um território a ser constituído. A possibilidade de trazer força produtiva da Europa, principalmente dos países em crise, torna-se concreto a partir do terceiro quartel do século XIX.

Na Serra Gaúcha estabelecem-se núcleos coloniais. Esses, mais tarde, desdobram-se em municípios com seus diversos núcleos urbanos e rurais. Todos constituídos a partir da produção de uva, vinho e derivados, referências no desenvolvimento econômico desde o final do século XIX. Há décadas, as práticas de visitação associadas a esta produção tem definido territórios e paisagens específicas. Entretanto, embora essas localidades tenham todo um histórico comum e um desenvolvimento, que muitas vezes, caracterizam-se como regionais, Bento Gonçalves tem se destacado das outras cidades, no enoturismo. Soma-se a este questionamento, o fato de contrapor à Caxias do Sul, com sua facilidade de acesso aéreo e uma ampla estrutura de hospitalidade. Assim, apresenta-se como questão norteadora o reconhecimento do número de praticantes de Enoturismo de Bento Gonçalves (RS), por ser este, maior que o atingido por outros municípios da região.

¹ Pesquisa desenvolvida com recursos do CNPq

² Arquiteto e urbanista, Doutor em Geografia pela Universidade de São Paulo. Docente Adjunto II do CEAA e do PPGTur (Mestrado) da Universidade de Caxias do Sul. Contato de email: pabcesar@ucs.br

³ Bacharel em Turismo e Doutora em Geografia e Planejamento territorial (Universidade de Nova Lisboa). Docente Adjunta Convidada do Instituto Politécnico de Tomar (Portugal). Contato de e-mail: ericka@msn.com

Na Região de Colonização, compreendida de uma extensa área do nordeste do Rio Grande do Sul, tem-se como aspecto histórico comum a antiga estrutura agrícola. Nela, inicialmente, se estabeleceram as colônias de Caxias, Conde D'Eu e Princesa Isabel, que desdobraram-se na formação atual dos municípios de Caxias do Sul, Garibaldi e Bento Gonçalves, e outros, posteriormente formados por desmembramentos desses, como respectivamente, Flores da Cunha, Carlos Barbosa e Pinto Bandeira, por exemplo. Nessa pesquisa, colabora-se para o entendimento de uma área reconhecida pelo Ministério do Turismo (MTur) como indutora do turismo nacional.

Atualmente, na Serra Gaúcha, a atividade turística engendra-se na produção vitivinícola. Sua visitação caracteriza-se, simbólica ou concretamente, aos valores de suas paisagens e aos modos e costumes da migração europeia, fundamentalmente italiana. Estes aspectos elencam valores referenciais para um enoturismo no país. Nesta pesquisa, pensa-se na formação econômica e sócio-espacial dos modos de produção. Assim, a atividade do turismo define-se como parte de um espaço socialmente produzido na Serra Gaúcha. Entretanto, não se pretende compreender, na sua exaustão, a totalidade do espaço produzido e nem tão pouco acreditar que recortes específicos definam toda a sua complexidade. Espera-se, principalmente compreender alguns aspectos residuais de uma totalidade espacial.

Com isso, pretende-se colaborar com o entendimento de valores regionais e territoriais constituintes nas formações de espaços turísticos. Acredita-se que suas configurações são determinadas por oportunidades e condições específicas de arranjos espaciais dos setores produtivos, em consonância com necessidades sociais diversas.

Produção do espaço: uma introdução teórica

A análise de valores constituintes da formação econômica, social e espacial torna-se um trabalho hercúleo e não é a intenção neste momento. Por isso, importa apresentar alguns conceitos gerais da produção do espaço, destacando o reconhecimento dos contrastes na formação do território por a sua apropriação capitalista. Condição que se faz por contradição na sua relação produtiva.

No espaço, as ações de produção e reprodução do capital se organizam, reorganizam e reestruturam-se. Assim, “os fluxos de capital encontravam alguns terrenos mais fáceis de ocupar de que outros em diferentes fases do desenvolvimento” (Harvey, 2004, p.51). Nele, agregam-se, como instituição mediadora, as instituições financeiras. Essas muitas relações históricas, com grupos e vínculos específicos com que estes respectivos territórios se associam (HARVEY, 2004, p.55) ocorre por vínculos costumeiramente estabelecidos.

Assim:

O capitalismo tem recorrido repetidas vezes à reorganização geográfica (tanto em termos de expansão como de intensificação) como solução parcial para suas crises e seus impasses. Assim, ele constrói uma geografia à sua própria imagem e semelhança. Constrói uma paisagem geográfica distintiva, um espaço produzido de transporte e comunicação, de infraestruturas e de organizações territoriais que facilita a acumulação do capital numa dada fase

de sua história, apenas para ter de ser desconstruído e reconfigurado a fim de abrir caminho para uma maior acumulação num estágio ulterior (Harvey, 2004, p.80-1).

O capital altera e diferencia cada vez mais os espaços. Ele cria produtos e gera lucro que também ajuda a acentuar desigualdades socioespaciais. Seu centro de decisão tem se deslocado do local envolvido para outros locais diferentes, muitas vezes distante desse. Nesta condição, centros financeiros mundiais escolhem “pontos privilegiados do espaço” (Santos, 2003, p.140) para acumulação de investimentos. Do mesmo modo, produtos são definidos como mercadorias, muitas vezes agregado de uma diferenciação especulativa. Assim:

O capitalismo produz uma paisagem geográfica (de relações espaciais, de organização territorial e de sistemas de lugares ligados por meio de uma divisão ‘global’ do trabalho e de funções) apropriada à sua própria dinâmica de acumulação num momento particular de sua história, simplesmente para ter de reduzir a escombros e reconstruir essa paisagem geográfica a fim de acomodar a acumulação num estágio ulterior (Harvey, 2004, p.87).

Nas áreas rurais esta dinâmica torna-se latente. Nesses locais, novas técnicas confrontam com antigos modos produtivos. As propriedades envolvidas nos investimentos do capitalismo moderno tendem a ser definidas ou redefinidas pela concentração fundiária, situação observada como uma grande contradição entre uma economia voltada para a agroindústria exportadora e no outro extremo a agricultura de pequena escala. Reforça, inclusive, Milton Santos, que “as pequenas explorações agrícolas tenderão a desaparecer” (Santos, 2003, p.143).

O capitalismo impulsiona o urbanismo. Não somente como substrato, mas ao precisar dele para ter uma forma social que envolva o consumo dos produtos gerados. Com essa dinâmica adquire-se o produto com o prazer de consumi-lo. Nessa sinergia, a expansão da produção, a todo instante, envolve novos recursos e meios de produzi-los no processo. Ao capitalista, quando a capacidade de consumo se esgota, resta procurar novos mercados. Portanto, podem-se criar novos instrumentos de créditos de consumo e novas políticas governamentais. A própria reprodução do capital pode envolver o lucro com o solo. Assim, ações de reestruturação urbana envolvendo algo que Harvey denomina de “destruição criativa”, atingem engenharias de deslocamento sociais e valorização imobiliária (HARVEY, 2012, 36).

Outra questão importante associa-se à lógica imposta com a Globalização. Embora, segundo Harvey, a ideia date do início das navegações, no século XV, o termo com as atuais configurações se integra à década de 1970, período que houve uma “redução dos poderes estatais em termos de regulação dos fluxos de capital” (2004, p.27). Vive-se neste período um neoliberalismo globalizante. Nele, outro valor trabalhado, desde os primórdios do capitalismo vem em contraste à renda de monopólio, contrastando com a escala de consumo, muitas vezes na dimensão cotidiana. Situação que refere à produção de algo que tem valores de singularidade, de ser único. Sua formulação associa-se quando agentes sociais obtêm maiores benefícios de recursos para uma produção específica e um tempo que possa controlar a formulação do produto dando aspecto de unicidade e irreprodutividade (Harvey, 2012, 138).

Interessante observar que Harvey, utilizando dos estudos de Karl Marx, como exemplos de prática, utilizam a produção de vinhos para exemplificar esta questão. Nele, a localização definida por centralidades, a estrutura de transporte e comunicação e sua proximidade com outros valores agregados colaboram para a definição do produto. (Harvey, 2012, 138). “Un viñedo (con su *château* y su situación geográfica únicos) famoso por sus vinos puede cotizarse directamente con precio de monopolio, como lo pueden hacer los vinos de sabor único producidos en ese *terroir*.” (Harvey, 2012, 139). Assim, unicidade e particularidade colaboram para definir o produto.

Uma contradição inerente está na criação de facilidades de comercialização destes produtos, deixando menos único. Pode, inclusive, a comercialização desqualificar suas qualidades agregadas. Nesta comercialização, Harvey utiliza o termo “disneyficar”, e explica que os produtos são cada vez mais homogêneos e o produto cultural cada vez mais se aproxima do entendimento de mercadoria, envolvendo uma estética mercantilizada. Duas questões eminentes deste momento capitalista se contradizem: a ideia de competitividade e a de unicidade (ou seja, envolvida com os privilégios monopolistas). Ambos, fundamentos de um capitalismo como sistema político-econômico (Harvey, 2012, 143).

Pero el consumo de vino tiene muchas dimensiones que abren vías a su explotación rentable. Para muchos es una experiencia estética. Más allá del puro placer (para algunos) de un buen vino con la comida adecuada, en el se insertan toda una serie de referencias ligadas a la tradición occidental que se remontan a la mitología (Dionisos y Baco), la religión (la sangre de Jesús y el ritual de la comunión), y tradiciones celebradas en festivales, poesía, canciones y literatura. El conocimiento de los vinos y su valoración «correcta» son a menudo marcas de clase analizables como una forma de capital «cultural» (como diría Bourdieu). Ofrecer el vino adecuado ha ayudado a sellar más de un trato en negocios importantes (confiaría usted en alguien que no supiera elegir un vino?). El estilo del vino está relacionado con la cocina regional y queda así inserto en las practicas que convierten la racionalidad en una forma de vida marcada par estructuras distintivas del sentimiento (resulta difícil imaginar a Zorba el griego bebiendo un Mandavi californiano, aunque este se venda en el aeropuerto de Atenas). (Harvey, 2012, 149-150).

Especificamente, as indústrias de vinhos tendem a internacionalizar-se. Neste processo, produtores, inicialmente os franceses, buscam reforçar as condições únicas da terra, do clima e da tradição (assim, cria-se a ideia de *terroir*). Os produtos são certificados e seus nomes adquirem novos valores representacionais de autenticidade e originalidade. Toda esta formação posiciona-se por um capitalismo contemporâneo. Entretanto, o capitalismo se realiza por contradição.

Para o entendimento das locações das sociedades no território, um conceito torna-se fundamental. Historicamente, a geografia, a economia e o planejamento urbano desconsideraram o circuito inferior, pois suas estruturas eram consideradas deslocadas quando analisadas. No entanto, há uma alta produtividade que fornece uma concreta base de empregabilidade (Santos, 2004, p.23), além de ajudar no entendimento das contradições espaciais.

“Os espaços nos países subdesenvolvidos caracterizam-se primeiramente pelo fato de se organizarem e reorganizarem em função de interesses distantes e mais frequentemente em escala mundial” (Santos, 2004, 20). A modernização tecnológica resulta na formação do circuito superior. Nele, sua escala de atuação é deslocada da cidade e da região para cenários nacional e internacional. Contrapõem a ele o circuito inferior, associado às populações menos favorecidas e com “relações privilegiadas com sua região” (Santos, 2004, p.18). Cada um dos circuitos tem sua própria estrutura e a dimensão urbana se condiciona pelas qualidades e quantidades dos elementos encontrados.

No circuito inferior, localiza-se a elaboração de artesanato, entre outras maneiras de produção tradicional, os transportes tradicionais a prestação de serviço, entre outras atividades (Santos, 2004, p.24). No

No circuito superior situa-se “as modernizações atuais, criações do sistema tecnológico, [que] são comandadas pela força da grande indústria, representada essencialmente pelas firmas multinacionais e seus suportes, tais como as formas modernas de difusão de informação” (Santos, 2004, p.35). Nela, a base tecnológica estabelece um dos maiores diferenciadores dos circuitos, juntamente com a forma de organização. No circuito superior as organizações são imitativas e com capital intensivo e no outro dispõem de um alto grau de criação e com trabalho intensivo.

No Circuito Superior, o governo tem sempre um papel fundamental. Ele, constantemente, ajuda em diversos momentos de produção, distribuição ou consumo. Por vez, no Inferior, o governo exerce muitas vezes, o poder de polícia, perseguindo pequenos vendedores ambulantes, e aos produtores de alimentos de forma tradicional. Porém, comumente, esses exercem novas funções, que acabam tendo papel de cooperação para o outro circuito. Sua não formulação para esta nova perspectiva podem fadar suas atividades ao desaparecimento. Embora ao engendrar, pode transformar em mero suplemento de uma estrutura econômica mais moderna, com estreitamento no campo social. A exemplo desta condição, o “artesanato turístico constitui uma forma particular de revitalização das atividades tradicionais” (Santos, 2004, p.54), condicionando à população pobre a fornecedora de produto para uma oferta maior.

Método e procedimentos adotados

A pesquisa adota como referencial metodológico uma perspectiva histórico-genética (Lefébvre, 1986). Deste modo, o reconhecimento da formação, produção ou reprodução espacial, no processo de assentamento, tornam-se necessários para compreender a relação do lugar e suas configurações diversas como territórios. Entretanto, importante observação faz Harvey (2004) ao justificar que uma abordagem dos contrastes deve ser pensando na extensão histórico-geográfica (Harvey, 2004, p.30). Espera-se assim, o entendimento dos processos intrínsecos na formação do território como base desta formulação.

Compreende-se que “a acumulação do capital sempre foi uma questão profundamente geográfica” (Harvey, 2004, p.40). A contradição interna do capital associa-se às elaborações de

desigualdades de territórios além dos “fenômenos sociais no mercado capitalista” (HARVEY, 2004, p.40), situação que justifica o entendimento não somente histórico, mas espacial ao relacionar as áreas de produção de vinho e de visitação turística. Tais valores colaboram para compreender o motivo com que o fluxo econômico, as transformações espaciais e a visitação relacionada com o Enoturismo de Bento Gonçalves (RS) não tiveram os seus padrões atingidos por outros municípios da região. Pressupõem-se que sua prática se justifique através do valor agregado e novas possibilidades. Assim pensam-se, quais são elas?

Nesta pesquisa se tem, inicialmente, um forte apelo exploratório. Espera-se reconhecer, inicialmente, os atores sociais envolvidos nas transformações socioespaciais vinculadas à produção de uva e vinho e à sua visitação turística. Parte-se do levantamento de três localidades com característica de análise: as cidades gaúchas de Bento Gonçalves, Garibaldi e Caxias do Sul. Todas elas foram núcleos centrais de colônias de imigrantes, tendo aspectos geográficos, étnico-culturais e políticas que os assemelham, além de origens comuns. Na pesquisa, aporta-se em outros levantamentos anteriores realizados, acerca da formação urbana e social da região, a produção espacial e a incorporação do cultivo da uva e sua produção industrial (como vinho, principalmente) e a atividade de visitação associada. Entretanto, “a consideração do problema de escala faz nossa atenção [e] volta-se para a questão da escala ‘adequada’ em que se podem formular oposições” (Harvey, 2004, p.117). Assim, ao avaliar os roteiros turísticos associados e consolidados, destacam-se dois em Caxias do Sul e outros dois em Bento Gonçalves. Sabe-se que muitos outros existem, mas a condição dos roteiros Estrada do Imigrante, Caminhos do Imigrante, Caminhos de Pedra e Vale dos Vinhedos colaboram para certo equilíbrio metodológico pela dimensão e fatores qualitativos.

Pensa-se em como realizar a pesquisa acerca de fatores que tem itens econômicos. Assim, deve-se lembrar de que “nem todos os problemas econômicos podem conduzir a uma formulação matemática, e aqueles cuja análise matemática é factível não são forçosamente os mais importantes” (Santos, 2004, p.18). A pesquisa de campo acerca da situação encontrada nos roteiros turístico faz retomar ao questionamento teórico acerca dos circuitos superior e inferior relacionados com os roteiros turísticos. Avalia-se o envolvimento das unidades produtivas voltadas para o enoturismo, observando seus diversos posicionamentos no mercado, seus parceiros, e as seus processos de transformações econômicas e espaciais.

O entendimento das desigualdades do território geográfico torna-se objetivo e variável neste entendimento da formação espacial da produção vitivinícola e sua visitação turística. Desta maneira, o olhar envolve uma maior flexibilidade no reconhecimento do objeto de análise. Acredita-se que “os seres humanos costumam produzir uma hierarquia acomodada de escalas espaciais com que organizar suas atividades e compreender seu mundo. Lares, comunidades e nações são exemplos óbvios de formas organizacionais contemporâneas existentes em diferentes escalas” (Harvey, 2004, p.107-8). O reconhecimento dessas grandezas, e mesmo a sua utilização no reconhecimento dos contrastes do confronto das verticalidades, pode tornar a pesquisa mais aberta a novos questionamentos.

Inicialmente, por levantamento bibliográfico, estuda-se o processo histórico relacionado com a formação e evolução das bases produtivas na região. Nesta abordagem, pensa-se, como

se estabelecem as formações econômicas, sociais, econômicas e espaciais. Assim, mesmo cercado de contradições e envolvimento de fatores muitas vezes superficiais de consultas, buscam-se compreender as distribuições territoriais, as relações produtivas e o reconhecimento dos seus atores sociais, envolvidos com a produção social do espaço relacionado com os setores vitivinícola e do enoturismo. Provavelmente, a própria diferenciação da reprodução da área, com referencia a outras naturezas econômicas do país, facilite o entendimento destas transformações.

Na pesquisa, inicialmente, seu recorte espaço temporal é os primitivos assentamentos coloniais do Nordeste do Rio Grande do Sul. Mesmo reconhecendo a existência anterior de outras formações humanas na região, adota-se na pesquisa, como primeira natureza socialmente estabelecida, por mera construção metodológica, a chegada do imigrante, como agente transformador do local. A partir desta configuração metodológica, estudam-se as maneiras de produção espacial da terra, especificamente com a introdução da uva como fator basilar para o reconhecimento das forças produtivas. Desta maneira, diversos valores são agregados, até o envolvimento com outras formas de uso como para o lazer e a visitação. Concomitante, realiza-se observação indireta aos locais de produção, destacando aqueles definidos anteriormente.

Com relação às escalas espaciais, o lote contrapõe com a natureza regional. Porém, os interesses cotidianos dos moradores locais ficam à mercê das determinações estabelecidas nas construções ideológicas nacionais. Estas condições estabelecem totalidades, nos aspectos gerais, que justificam a ocupação neste pedaço de solo por formas e culturas diferenciadas de outros contextos nacionais. Sua validade é o ponto de partida para o reconhecimento das dinâmicas espaciais.

Entendimento dos processos de formação local

Caracteriza a Serra Gaúcha, uma formação regional associada por um processo intensivo de ocupação migratória. Nesta área de encosta do nordeste gaúcho, inicia uma ocupação, predominantemente por famílias oriundas do norte da península itálica (Frozi & Mioranza, 2009). Esses, mesmo que por muitos aspectos estavam dado à própria sorte, se estabelecem com estruturas sociais e econômicas que tinham o núcleo primário a família e sua base institucional e social a Igreja Católica.

A base regional das ocupações fundiárias estabelece-se por distribuições em léguas. As famílias dos imigrantes adquiriam lotes agrícolas, distribuídos enfileirados geometricamente com uma referencia de amarração viária entre eles por linhas ou travessões (Figura 1). O travessão, divisão geométrica das léguas, “constituiu-se como suporte de um núcleo social a partir das relações sociais que as pessoas nele residentes passaram a desenvolver” (Tavares de Santos, 1984, p.4). Assim, em pontos estratégicos edificam-se capelas, embora ao longo de todo o trajeto encontrem-se também pontos de oratórios, chamado de capitéis (Figura 2). Essas edificações religiosas eram para o conforto espiritual e referência social e econômica dos assentados. Desta maneira, “a vida social dos colonos girava em torno da capela, principalmente nos primeiros anos de colonização” (Silva, 2008, p.30).



Figura 1 – Lote Colonial

Fonte: Próprio autor

Define-se uma lógica social que resultava em um contraste territorial: cada família com sua propriedade. Assim, “a terra ainda é o meio de produção fundamental para o camponês. Além disso, as condições históricas que geraram os núcleos coloniais camponeses marcaram-nos com a propriedade capitalista da terra” (Tavares de Santos, 1984, p.47-8). No processo de produção, definida como pré-capitalista por muitos pesquisadores, sua estrutura sociocultural facilitava a vida em comunidade, diferente dos valores mantidos por uma sociedade moderna (capitalista) que estabeleceram-se por preceitos urbanos. Nesta condição, este trabalhador agrícola, denominado nas Ciências Sociais, com especificidades próprias, de produtor de colônias agrícolas, define-se como colono. Nesta condição, se expressa um valor social que possui um duplo significado: identifica um conteúdo étnico que distingue os imigrantes europeus e seus descendentes que ocuparam áreas de terra em algum projeto de colonização e; explicita uma “condição camponesa” fundada em costumes, modos de vida e valores ímpares, relacionados diretamente à especificidade da relação com a terra, às formas de organização do trabalho, de transmissão do patrimônio, dos hábitos alimentares, do tipo de habitação (Tavares dos Santos, 1978). Entretanto, hoje, no senso comum, essa terminologia adquire valor pejorativo.



Figura 2: Respectivamente, capitel, capela e igreja na Terceira Légua (Caxias do Sul-RS)

Fonte: Próprio autor (2013)

Uma das primeiras formas de estrutura no meio de produção se estabelece com o excedente da produção agrária e de outros produtos, destes derivados. Desta maneira, “a maior parte dele era entregue aos comerciantes, responsáveis por colocá-los nos centros de consumo. As casas comerciais das linhas, articuladas com comerciantes fortes das sedes coloniais e cidades, vendiam” (Silva, 2008, p.45) esta produção. Inicia-se assim a configuração

de uma classe social: o comerciante de produtos coloniais. Desta maneira, após uma década da fixação inicial e de algumas tentativas produtivas, os primeiros imigrantes, nos anos de 1885, iniciam uma produção sistêmica de uva e vinho na Serra Gaúcha (Elgelmann, 2009, p.35), sendo produzido na propriedade familiar colonial, “o vinho era vendido pelos comerciantes, os quais passam a exercer uma superioridade social e econômica sobre os camponeses” (Tavares de Santos, 1984, p.75). A concentração do capital favorece o surgimento de casas específicas de produção de vinho, associadas aos vendedores. Situação que impera como dezenas dessas até a década de 1920. Na década seguinte, aumenta a concentração comercial e produtiva.

Entretanto, a produção do vinho está sempre associada a um cultivo baseado na necessidade de uma estrutura de domínio de tecnologia, experiência e informação. Este panorama é fortalecido com a criação da Escola de Agricultura e Viticultura de Taquari (RS), em 1891 e em 1920, da Estação Experimental de Vitivinicultura e Enologia (EEVE), em Caxias do Sul (RS). Estas experiências eclodem com a introdução de uvas varietais, iniciada em 1938, na Granja União, de Flores da Cunha (RS) e, respectivamente, pelo uso da uva Isabel para suco de uva. Entretanto, a base produtiva por décadas se faz com uva de mesa, principalmente a Isabel, na produção da bebida, dito, vinho colonial de garrafão.

A vinda do italiano Giuseppe Paterno, especialista em cooperativismo, desenrola como um fato importante para a atividade vitivinícola na região e no Brasil (Lockmann, 2006, p.26). No início do século XX, com o interesse do Estado, aumenta a produção e o comércio na região incentiva a criação de processos cooperativistas. Entretanto, essa nova formação econômica e social entra em confronto com a elite comercial que buscava a eliminação de outra forma de comercialização que não para eles. Para institucionalizar estes interesses, é criado um sindicato patronal de produção do vinho, o Sindicato do Vinho, por 49 comerciantes. Essas empresas patronais de fabrico privilegiavam um discurso de qualificação do produto. Em contrapartida, a produção de vinho artesanal era desestimulada. Esta imposição se faz até mesmo “pela violência como força econômica da acumulação, através da legislação discriminatória, restrição da compra do vinho, destruição dos estoques” (Tavares de Santos, 1984, p.83), entre outras ações. Assim, neste primeiro momento, a formação de cooperativas não tem êxito.

Na década subsequente, o Governo Federal volta a incentivar a formação de cooperativas. Assim, a maior parte destas empresas, conhecidas décadas depois, é criada neste momento, como a Cooperativa Vinícola Aurora e a Cooperativa Vinícola Garibaldi. Suas formações, entretanto, não diferenciavam muito das dinâmicas básicas do capitalismo. No ano de 1931 cria-se a Cooperativa Vitivinícola Aliança Ltda. por 47 produtores rurais, estabelecida em Monte Ibérico da 9ª légua, interior de Caxias do Sul. Neste período, o estado do Rio Grande do Sul já caracterizava como grande produtor nacional de vinho e a Cooperativa Viti-Vinícola Rio-grandense chega a deter 80 por cento da produção (Elgelmann, 2009, p.68).

Desta forma deu-se a formação e a consolidação da indústria vinícola local, que, passou a controlar os processos espaciais e reprodução social dos camponeses (cujo papel se reduzia à produção de uva para as empresas), em boa parte dos municípios de colonização italiana da Serra Gaúcha (Silva, 2008, p. 51).

Na década de 1940, fundam-se 14 cooperativas do setor na Serra Gaúcha. Dessas, no final do século, destacam-se a Rio-grandense, a Aurora, a Garibaldi, a Aliança e a Pompéia. Observa que assim, seus cooperados, ou cotistas acionários buscavam, de um forma integrada, um posicionamento mercadológico e especial do seus produtos, além de interagir na atualização tecnológica e em instantes políticos diversos. Contrapõem a estas o interesse do setor patronal caracterizado pelo Sindicato Vitinícola (fundado em 1928), o Instituto Rio-Grandense do Vinho, a Associação dos Vinicultores e a União Brasileira de Viticultura. Estes tinham o intuito de empreentar o setor no processo capitalista. Situação que difere com as origens da concepção associativa da cooperativa.

As décadas de 1930 a 1960 foram marcadas como período das Cooperativas na produção de vinhos e derivados. Nesse período, a Companhia Vinícola Rio-Grandense, a Cooperativa Vinícola Garibaldi e a Cooperativa Vinícola Aurora apresentam-se como os principais atores na produção de vinhos na Serra Gaúcha (Jafim, 1991, p.230). Entretanto, no período inicial, ou seja, logo que antecede as suas fundações, as Cooperativas somente fiscalizavam e embarcavam os vinhos produzidos pelos associados em suas cantinas coloniais. Este panorama privilegia, entre 1929 a 1969, os vinhos sendo transportados em tonéis e engarrafados nos grandes centros urbanos. Com isso, as cooperativas mantinham uma estrutura de engarrafamento em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, entre outras. Seu transporte ferroviário e marítimo é marcado por essa segunda opção quando a Companhia Vinícola Rio-Grandense no ano de 1951 compra o navio Vinho Castelo. No ano de 1957 juntamente com a Cooperativa Forqueta e Garibaldi criam a Navisul – companhia de navegação. Essas cooperativas detém a maior parte da produção. Desta maneira, nota-se que a participação das primeiras cooperativas não se alteram por décadas. Nesta proporção, mais de dois terços da produção concentra-se em quatro cooperativas, enquanto as outras 11 detinham menos de um terço da produção restante vinculada a este sistema.

Importante observar, na década de 1970, “o caráter oligopólio da indústria vinícola, combinado com uma série de manufaturas, é comprovado pela análise da distribuição do vinho comercializado segundo o tamanho da empresa” (Tabela 1) (Tavares de Santos, 1984, p.86). Entretanto, na contramão desse processo concentrador, existiam algumas cantinas rurais. Esses “representavam a permanência da indústria doméstica de alguns camponeses que escaparam ao violento processo de expropriação dos anos 1930” (Silva, 2008, p.51). Em Bento Gonçalves, a produção de uvas viníferas (para vinhos finos), embora em pequena escala de produção, tinha algum valor. Interessante observar que eram adotadas uvas italianas, como as Trebiano, Moscato, Barbera, Bonarda e Peverela. (Jafim, 1993, p.692). Assim, desde a década de 1950, a cooperativa tenta colocar vinhos finos no mercado. Gradativamente, é introduzida a uva francesa Cabernet.

Na década de 1970, a entrada de empresas de capital estrangeiro é marcada por transformações no setor vitivinícola. Assim, em 1975 as multinacionais: Heublen (EUA), British Tobacco (Inglaterra), Welch Food Inc (EUA), Commodities Int. (EUA), Marubeni (Japão) e Martin Rossi (Itália) agregam valores produtivos e tecnologia ao setor, na região. Com o passar dos anos, as cooperativas têm aproximação estratégica com outros detentores de tecnologia e do

mercado. A Cooperativa e Vinícola Aurora têm um pioneirismo nessa questão ao desenvolver parceria com Bernard Tillan, na década de 1950. Duas décadas depois, produzem conjuntamente o vinho Conde de Foucauld. Nesta associação, impulsiona-se a modernização do parque e do processo industrial. Posteriormente, esta empresa associa-se à multinacional Seagrans e produz o vinho Forestier. Com o início da internacionalização de parte da produção vinícola nacional, o país entra no mapa das grandes áreas produtoras mundial de vinho, mesmo que minoritariamente.

Ano	Tipo de empreendimento	Percentual produtivo	Nº estabelecimento
1970	Cooperativa	49,19	19
	Sociedade Anônima	31,53	15
	Sociedade Ltda.	17,17	59
	Individual	2,11	27
			Total: 120

Tabela 1: Distribuição da produção na Serra Gaúcha (RS)

Fonte: Tavares dos Santos, 1984, p.84.

Criada, em 1974, na cidade de Garibaldi, a Provifin (Produtora de Vinho Fino) como uma associação dos grupos Cinzanos, Möet e Chandon e o grupo de investimento nacional Monteiro Aranha. Neste mesmo ano, a Seagram instala na mesma cidade como Maison Forestier. Dois anos antes, a empresa inglesa Heublein adquire a empresa bentogonçalvense Dheher. A empresa Forestier associa-se ao grupo francês Pernod Ricard, em 2001, tornando também proprietária da Almadén, de Santana do Livramento (RS) em 1976.

Sabe-se que todo o processo capitalista se faz e alimenta-se por suas contradições. Na década de 1970, se efetiva como período de fortalecimento da propriedade industrial privada na comercialização dos produtos do vinho. Entretanto, neste momento inicia a consolidação de inúmeras cantinas associadas a produção de marcas de produtos locais. Redefine-se assim, um novo processo de associativismo entre alguns dos produtores, modernizando a técnica, embora utilizando as mesmas matérias-primas (uva Isabel, Bordô ou Niágara) na maioria das vezes.

Conforme observado anteriormente, na década de 1970 se tem uma série de aspectos importantes. Dar-se 1974 como o ano da instalações de empresas estrangeiras e associada a produção de vinhos com as variedades *Vitis Viníferas*, ou seja, dos vinhos finos. Embora pareça à primeira vista conflitante, o reforço, por um lado, da internacionalização do produto, tornando *commodities*, contrasta-se com a ideia de marcas próprias como referência de identidades locais. As marcas, os nomes, os processos produtivos, com suas técnicas e origem, são agora resultantes de uma grande engenharia de posicionamento dos produtos no mercado. Porém, neste período, o governo ditatorial brasileiro deu aos produtores brasileiros de vinho uma das mais tradicionais e sólidas reservas de mercado e defesa à produção nacional e principalmente gaúcha. Após duas décadas, com o fim do protecionismo, novas configurações são definidas, sob a base de uma estrutura neoliberal.

Assim, após a crise da década de 1990, a vitivinicultura gaúcha passou por consideráveis transformações, galgando posteriormente um nível novo e superior no que se refere a tecnologia e qualidade. Na verdade, este período

representou o ápice de um processo que vinha se dando no setor desde o final dos anos 1960 e início da década de 1970, quando da chegada das multinacionais à Serra Gaúcha (Silva, 2008, p.57).

Na questão tecnológica, a aproximação dos produtores locais com as indústrias estrangeiras possibilitam novos processos de cultivo, incorporando videiras europeias, principalmente de uvas finas de origem francesa.

A cadeia produtiva do setor vitivinícola nunca teve um amplo leque de possibilidades na Serra Gaúcha. Os materiais utilizados na produção da uva e vinho são sementes, insumos, maquinário agrícola, e material para embalar e condicionar (como garrafas e rótulos). O setor com um aspecto monopolista, tem, por exemplo, uma empresa de fornecimento de tratores e também restringe a um o fornecimento de garrafas. Rolhas e sementes são importadas da Europa. Hoje, iniciativas como a da AGEVIN (Associação Gaúcha dos Engarrafadores de Vinho) criam grupos para a compra de insumos, tem sido seguida pela CENECOOP, para seus associados. Porém, a baixa escala de produção, tanto comparado com outras bebidas no Brasil, como com outras vinícolas no mundo, torna-se um complicador. Mesmo assim, algumas vinícolas buscam romper com o processo da existência de poucos fornecedores de insumos para a produção de uva e de vinho.

Contrasta-se a este panorama a falta, nas indústrias de vinho, de uma proposta política do setor quanto aos insumos. Esses, buscam sim novas áreas de produção. Fato que curiosamente, associam-se, em buscar áreas que são consideradas mais favoráveis, o que agregam a um valor do solo mais baixo. Assim, Vinícola Salton, Miolo e Anghebem, Lídio Carraro e Casa Valguda, deslocam-se para Bagé, Candiota e Encruzilhada do Sul, respectivamente (Triches, 2008, p.82) extendendo suas áreas de cultivo. Muitos desses, instigadas por novas lógicas econômicas.

Com relação ao consumo, destaca-se, no aumento da produção de vinhos finos e sua a distribuição em grandes lojas varejistas e em casa especializada de bebidas além de pontos diretos de consumo (restaurante, casa noturna, etc.) (Triches, 2008, p.83). Porém, o vinho comum, chamado de colonial, e sua distribuição a granel ou em garrafões é corriqueira.

A produção de vinho inicia com as uvas para vinho de mesa. As características iniciais de produção associadas à quantidade em detrimento da qualidade ainda impera no setor, embora nota-se uma tendência de mudança. Na década de 1970, implanta-se, de forma sistêmica, e em pequena escala, o cultivo de uvas finas, sendo que sua produção não é absorvida imediatamente pelas cooperativas e produtores. Situação que realiza na década de 1980, quando as uvas de mesa são também destinadas a produção de suco de uva. (Triches, 2008, p.235).

Na década de 1980, a cooperativa Aurora investe em novas tecnologias. Dentro deste processo, inicia a plantação de uvas em Petrolina, no vale do Rio São Francisco (PE). Outras inovações se dão na produção de suco de uva e da bebida Keep Cooler. A distribuição dos produtos é realizada de forma direta com as empresas varejistas, além de grandes consumidores como hotéis e restaurantes. Algumas empresas mantêm vendas pontuais da bebida no exterior, condição iniciada no mercado estadunidense com a marca Marcus James e

de sucos concentrados, pela Cooperativa Vinícola Aurora, que na década de 1990 configurava-se como a maior produtora de vinho do país (Jalfim, 1993, p.689). Hoje, a cooperativa conta com 200 associados, em cinco municípios e processando 6,5 milhões de quilos de uva (Correio Riograndense, 2006). Atualmente, a Vinícola Aurora tem uma estrutura própria de venda (atacado e varejo) com cinco escritórios de vendas (Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Goiânia) e 16 representantes comerciais.

Na entrada do século XXI, o setor tinha como característica a homogeneidade na produção de uva para o setor. Assim, observa-se que em 2006 o fornecimento da matéria prima para a Cooperativa Aurora se fazia por 1.300 unidades familiares, distribuídas em 3.000 hectares, e produzindo 50 milhões de quilos de uvas, que transformam em 38,5 milhões de litros de vinhos e sucos. Esses produtores são assistidos por três agrônomos, três técnicos e nove enólogos sediados no seu Centro Tecnológico de Vitivinicultura, localizado em Pinto Bandeira (RS). Esta cooperativa tinha a participação média de um décimo do consumo nacional, vendendo também, embora represente pequena participação, para outros oito países. Esses somam 23 mil clientes entre atacadistas e restaurantes com compra direta.

Conforme levantado, a produção da Serra Gaúcha alicerça-se em produtores familiares rurais. Esses, além de apresentarem como produtores agrícolas detinham funções industriais de cooperados e profissionais das cantinas, muitos, acumulando múltiplas funções. Atualmente, a UVIFAM (União Brasileira de Vinícolas Familiares e de Pequenos Vinicultores) representa o produtor marginal do processo produtivo. Esses são os viticultores e (com) suas cantinas familiares. Atualmente, o setor vinícola na Serra Gaúcha envolve 11 mil propriedades vinícolas (ABE, 2012, p.19). Assim:

Um elemento que tem alterado esta estrutura de governança setorial está associado à emergência de diferentes associações de produtores na região da Serra Gaúcha (Aprovale, Aviga, Afavin, Aprobelo, Apromontes e Asprovinho).

Inicialmente instituídas com o objetivo de articular pequenos e médios produtores que não se sentiam representados pelas entidades setoriais mais tradicionais, hoje em dia essas associações reúnem um conjunto amplo e variado de atores, que vão desde as maiores cooperativas e indústrias locais até as cantinas e vitivinicultores familiares. Deste modo, além de romper com a lógica da representação por segmento produtivo (das cooperativas, Fecovinho; das indústrias, Uvibra; dos viticultores, Aviga), essas Associações também podem ultrapassar as fronteiras municipais, constituindo institucionalidades territoriais (Niederle, 2010, p.3)

São diversos atores, como entidade representativa, que acabam criando áreas de conflitos.

Atualmente a produção diversificada de produtos do vinho pode ser observada como uma das tendências da região. No outro extremo, a produção ganha valores no processo capitalista avançado, locado em circuitos produtivos superiores. Nesta tendência, a criação de Indicações de procedência tem marcado a produção local.

A estrutura produtiva

A cadeia produtiva de uva e vinho na Serra Gaúcha envolve principalmente o aporte da agricultura familiar, mesmo como origem do grande produto local. Nas propriedades rurais, envolvida com o setor vivem 57.752 pessoas, segundo a Embrapa Uva e Vinho (Prontas, 2011, p.17). Esses produzem, apesar do aumento da produção de vinhos finos e de suco de uva, essencialmente vinho de mesa. Sabe-se que diversos atores sociais da cadeia produtiva tem se empenhado para a mudança desse perfil. Um marco importante foi:

Em novembro de 2002, com base no processo requerido pela Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - APROVALE, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI, outorgou a Registro de Indicação Geográfica n. 200002, que criou a primeira Indicação de Procedência do Brasil - IP Vale dos Vinhedos (Protas, 2011, p.19).

Espera-se assim a modernização do setor, agregando valor ao produto com a melhoria da qualidade e o fortalecimento da marca do vinho da região. Após a primeira Indicação de Procedência, de Pinto Bandeira solicita uma I.P. e o Vale dos Vinhedos, o reconhecimento de Denominação de Origem (D.O.).

Na produção vitivinícola, em alguns aspectos e áreas determinadas pode-se pensar em Cluster, principalmente ao considerar como “uma concentração geográfica de empresas interconectadas, fornecedores especializados, provedores de serviços, firmas em indústrias relacionadas e instituições associadas e um campo particular que competem entre si, mas também cooperam” (Porter, 1998). Provavelmente, quando retratado todos os aspectos de sua formulação, alguns grupos se destacam em detrimento de outros.

Dados da IBRAVIN (2005) atribuem a produção do setor no Rio Grande do Sul a 650 vinícolas e de 15.000 viticultores. O conflito de dados com a Embrapa se deve ao recorte específico desta condição. Entretanto, este também, em sua maioria, é formado por produtor que destina 2,5 hectares de sua propriedade para o cultivo e produção de parrerais. Nota-se hoje a existência de produtores de fabrições específicas como de vinhos finos, espumantes e sucos de uva. Entretanto, esses estão em diversos estágios tecnológicos e com produções diversificadas, prevalecendo a produção tradicional de vinhos de mesa.

Reformulando a ideia, Dalmoro (2009), localiza a existência de um Arranjo Produtivo Local relacionado com o setor de uva e vinho.

O Arranjo Produtivo Local (APL) Vitivinicultura da Serra Gaúcha, localizado na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, cerca de 120 km da cidade de Porto Alegre, capital do Estado, congrega 175 vitivinicultores e vinícolas da Serra Gaúcha dos municípios de Antônio Prado, Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Monte Belo do Sul e Veranópolis.

O Projeto tem por objetivo ampliar a participação no mercado, buscando a inserção das pequenas vinícolas. Os APL's são aglomerações de empresas localizadas em uma mesma região, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre elas e com outros agentes locais, como governos, associações empresariais e instituições de crédito, ensino e pesquisa (WFB, 2008) (Dalmoro, 2009, p.92).

Sua institucionalização e estruturação surgem de um projeto do início do século XXI, ao criar o Projeto Setorial Integrado (PSI) *Wines From Brazil* (WFB). Nele, a Agência Federal de Exportação (APEX) Brasil visa promover os produtos das vinícolas nacionais. Desta forma, em 2002 a vinícola Aurora, a Miolo, a Casa Valduga, a Lovara, a Salton e a Bacardi-Martini do Brasil formaram um consórcio de exportação. Dois anos depois, mais 16 empresas estavam agregadas a proposta. Em 2007, 28 vinícolas exportaram para 20 países. (Dalmoro, 2009, p.97). No Brasil existem em torno de 900 vinícolas, sendo 402 no Rio Grande do Sul. Dessas 120 produzem vinhos finos, e 18 exportam seus produtos (Dalmoro, 2009, p.97).

Localizam-se os seguintes atores da produção de vinho: o **Ministério da Agricultura** e a **Secretaria Estadual da Agricultura**, que atuam de diversas formas, dentre elas na fiscalização de uvas e vinhos; a **Conab** – Companhia Brasileira de Abastecimento, que define o preço das uvas; o **Ibravin**, como fórum debatedor das ações coletivas do setor, que atua conjuntamente com a **Aprovale** (Associação de Produtores do Vale dos Vinhedos), a UNIBRA (União da Vitivinicultura Brasileira) e a **Agavi** (Associação Gaúcha de Vitivinicultores), entre outras; A **Apex** (Agência Brasileira de Promoções de Exportações) apoia o programa de exportação denominado *Wines from Brazil*. As instituições **Embrapa** (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), **Emater** (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado), Cefet hoje **IFRS**, **Fepagro** (Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária), o **ICTA** (Instituto de Ciência e Tecnologia de Alimentos da UFRGS) e a **UCS** (Universidade de Caxias do Sul) são alguns dos órgãos e instituições detentores da pesquisa tecnológica no setor.

Com relação aos produtos para a produção e comercialização da uva e vinho, estes não representam dimensões significativas para os seus respectivos fornecedores. Os fertilizantes, esbarram nos conhecimentos tecnológicos para a diversificação de oportunidades, as mudas são importadas (principalmente para vinhos finos), a um duopólio no fornecimento de garrafas, as rolhas tem sua matéria prima adquirida na Europa e fabricada por alguns produtores no Brasil, os carvalhos para os barris são produzidos na França e Estados Unidos embora há toanearia na região. (WILK, 2006, p. 71). Na região estão estabelecidos 540 fabricantes de vinho de mesa, contrapondo com a aproximadamente 80 de vinhos finos (WILK, 2006, p. 76).

Formação dos recursos culturais para o enoturismo

Sabe-se que um Território compreende de um espaço revestido de dimensões econômicas, políticas, sociais, culturais, afetivas, simbólicas ou ambas. Colaboram na sua constituição, seus agentes inerentes na territorialidade, que o define como um “conjunto de práticas e suas expressões materiais e simbólicas capazes de garantirem a apropriação e a permanência de um dado território por um determinado agente social, o Estado, os diferentes grupos sociais e as empresas” (Correa, 1998, p.234).

As territorialidades se realizam por lógicas que podem ser flexíveis e condicionais. Nele dois valores são constituidores: os fluxos e as materialidades (Souza, 1998). “Este amplo conceito que a palavra territorialidade contém pode justificar, por exemplo, as redes de territorialidade; essas redes são justaposições de territorialidades distintas, que convivem sob

um mesmo substrato físico” (Stefani, 2009, p.201). Se a materialidade é caracterizada pela parte visível, os fluxos podem ser de ideias, ordens, capital, ou toda base possível de ações, superestruturas, e condições possíveis para intercambiar atores e objetos de uma mesma condição de valor ordenado.

Conforme visto anteriormente, os pequenos proprietários são a base da formação territorial na Serra Gaúcha (Figura 3). Eles definem a paisagem e memória cultural associada à produção de uvas e vinhos. Entretanto, muitos outros territórios e territorialidades são definidos e muitas vezes sobrepondo-os.

A produção de uva e vinho torna-se referência da identidade do imigrante italiano, e seus descendentes na Serra Gaúcha. Interessante observar, inclusive, que a ideia referencial não se associa a este como imigrante, mas como um italiano representando seus modos em uma terra distante. A ideia de italiano, e sua reprodução local configuram de contradições diversas.

Conjuntamente, o descendente do imigrante simboliza o país de origem de seus antepassados, mesmo tendo a distância de gerações desses e não tendo mais qualquer elo familiar e social com a Itália. Tem-se o orgulho de ser definido socialmente como “gringo”, diferenciando dos valores culturais recorrentes do brasileiro. Nesta condição, elaboram toda uma gastronomia da imigração que fazem questão de ressaltar, não o momento de adaptação, mas suas origens europeias, assim como o hábito pelo cultivo e produção vinícola. Neste aspecto, diversas histórias são contadas e reproduzidas, inclusive comercialmente, retratando os primeiros colonos e os seus primeiros parreirais. Situação que deixa de lado a França, nação referência das vindimas e os substituem pela Itália, como berço do cultivo.



Figura 3 – Território e paisagem entre Caxias do Sul e Flores da Cunha

Fonte: Google Eart, 2014

O processo de fabricação, comercialização e de formação de valores sociais e culturais associados aos produtos gerados, valorizam uma representação de identidade memorial como definida por Lef Goff (2003). Assim, a produção de centenas de produtores de uva, na maior parte descendentes dos imigrantes e oriundos do antigo sistema de colonato do início do final

do século XIX, se referencia. Dessa maneira, as primeiras uvas plantadas na região, e por décadas, quase que apresentando um aspecto de monocultura foi a uva Isabel. Nas conversas mais memorialistas, o agricultor chega a chamar de uva Rainha Isabel, como uma referência a alguma soberana fictícia italiana. Entretanto, esta uva, tem sua origem nos Estados Unidos, foi aclimatada na região de Pelotas, no município de Rio Grande (RS) e por décadas sua produção se associa a produção de vinhos nas colônias Alemãs no Rio Grande do Sul. Situação que favorece a vinda das primeiras mudas às áreas de colonização italiana.

Tem-se neste panorama o recurso necessário para a atividade turística. Neste panorama se favorece e contribui para estimular à formação de representações intrinsecamente ligadas as imagens dos produtos e do lugar. Sua localidade, ao proporcionar a criação de imagens mentais aos futuros frequentadores, favorece sua relação entre o consumo do (e no) espaço. Condição que, caracteriza um leque de possibilidades aos agentes envolvidos com o local, estimulando restaurantes, pousadas, entre outros equipamentos de hospitalidade que ampliam e aumentam as especificidades espaciais nas áreas de produção.

Este processo de fetichização do meio rural e sua conseqüente transformação em destino turístico é particularmente forte na área de produção vitivinícola da Serra Gaúcha. Naquele lugar, pretensamente, 'mais autêntico', onde impera a pequena propriedade camponesa (ainda que subordinada ao capital) e os parreirais se estendem pelo horizonte (Silva, 2008, p.79).

A atividade turística na Serra Gaúcha, assim como no mundo, decorrem "como necessidade do desenvolvimento capitalista globalizado e neoliberal". (Silva, 2008, p.73). O entendimento das suas complexidades deve ocorrer por reflexões profundas e diversas. Nele, o processo histórico e as formações sociais, econômicas e espaciais possibilitam novos arranjos, que participam na formação de novos processos e formas adaptadas dos antigos. Algumas cantinas individuais criam um ciclo de alta produtividade para os produtores do local, representando, entretanto, uma diversificação de produtos. A produção desses vinhos finos, ou de uvas varietais, que começavam a ter alguma penetração de consumo no Sudeste do país, fica restrita a uma pequena área da região nordeste gaúcha. Inicia-se assim, uma nova associação de imagem como valores subjetivos diversos.

Na contramão desse neoliberalismo, surgem movimentos como a Coopeg – Cooperativa de Produtores Orgânicos, com a participação de agricultores familiares no processo de produção dos sucos e vinhos. Porém, a partir da década de 1990 se inicia uma grande transformação no panorama de produção do vinho nacional. Neste período, finaliza a extrema proteção a sua produção no país (Triches, 2008, p.38).

Outra questão marcante para o produto de vinho e derivados está em agregar valor às suas marcas. Assim, muitas vezes, criam atratividades a determinadas áreas produtivas. Concomitante, incentiva-se especificamente a gastronomia, e o turismo, de um modo geral relacionados a produção de uva e vinho.



Figura 5 – Vinícola Valduga no Vale dos Vinhedos
Foto do autor

Pode-se apresentar no setor as seguintes etapas de consumo: Inicialmente as uvas eram condicionadas nas cantinas dos proprietários. Posteriormente, foram edificadas postos de coleta de uvas, próximos das áreas de produção. Foram as antigas edificações transformadas em locais de produção de carne condimentada, temperada e embutida (salames e copas), e queijos. Surgiram assim, as estruturas físico-territoriais como a Cantina Central, Posto de Vinificação, Cantina Isolada e Cantina Colonial. As unidades produtivas envolvidas nestas etapas são facilmente envolvida com a atividade de visitação. A visitação estabelece novos arranjos, novos atores e utiliza como recurso a paisagem do bucólico, do tradicional, dos antigos agentes. Este farto recurso tem sido utilizado como atrativo turístico.

O turismo, fortalece a elaboração da dualidade entre o antigo e o atual.

Do ponto de vista da produção, a uva tem a características típicas de uma cultura praticada por camponeses. Na microrregião Vinicultora de Caxias do Sul, a produção de uva concentra-se em estabelecimentos de até 50ha, está associada à produção de subsistência e utiliza mão-de-obra predominante familiar (Santos, *et al*, 1989,p.275).

Valores esses sempre referenciados na visitação. Mesmo que sem preocupação histórica ou documental, retratam um panorama mítico do assentamento rural, que são reforçados por guias retratando valores memoriais do antigo colono. Entretanto, esses descendentes buscam a décadas novas oportunidades e a formulação de novos arranjos territoriais e tecnológicos.

Consideração Final

Claramente observa-se a existência de estruturas de produção espacial diferenciada que se sobrepõem. A princípio parece algo que na prática chamaria circuito produtivo tradicional e outra modernizante. Entretanto, com base na construção teórica acerca de economia dispare, acredita-se no poder de referir a existência de dois circuitos econômicos (inferior e superior), conforme preconiza Santos (2004).

Ao trazer os valores da teoria dos circuitos inferior e superior para refletir acerca da prática encontrada na Serra Gaúcha observam-se algumas questões: nesta pesquisa foram principalmente visitados dois roteiros de Bento Gonçalves e dois de Caxias do Sul. Nesses, nota-se claramente a presença do primeiro, principalmente dos atores envolvidos com a oferta do

consumo do produto turístico Vale dos Vinhedos, no circuito superior. Esses acreditam que se posicionam como uma sociedade em desenvolvimento com os olhos na produção europeia. Assim, deixa de se posicionar como uma economia subdesenvolvida ou emergente. Os modelos produtivos de modo geral, das uvas, a elaboração de roteiros, as abordagens com relação aos posicionamentos de marcas, até mesmo a arquitetura reproduz um interesse em desenvolver com os olhos voltados para modelos usados na sociedade dos países desenvolvidos.

Provavelmente os processos de outros setores adotados na região como o polo metal mecânico, o moveleiro e calçadista parecem aproximar de uma produção com tecnologia avançada, voltada para atender mercados nacionais e internacionais, entretanto com um DNA de indústria nacional. Característica não encontrada no setor vitienoturístico.

Referência

- Abe. (2012). Vale dos Vinhedos: perfil produtivo familiar e diagnóstico qualitativo, microbiológico e sensorial de vinhos. *Revista brasileira de viticultura e enologia*. 4(1), 18-27.
- Correa, R. L. (1998). Territorialidade e corporação: um exemplo. In. M. Santos, M. A. Souza & M. L. Silveira. *Território: globalização e fragmentação*. 4ªed. São Paulo: Hucitec.
- Correio Riograndense. (fev. 2006). Edição 4.873, ano 97, Caxias do Sul (RS).
- Dalmoro, M. (2009). *Internacionalização de empresas em redes horizontais: uma análise a partir do Projeto Setorial Intragrado Wines from Brasil*. Dissertação de mestrado, Santa Maria, RS: UFSM.
- Engelmann, D. (2009). *Da estância ao parreiral: um estudo de caso sobre a vitivinicultura em Santana do Livramento (RS)*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS.
- Ferreira, F. G. (2005). *Estratégias de produção das empresas vitivinícolas da Serra Gaúcha investidoras em viticultura na metade sul do Rio Grande do Sul*. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: UFRGS.
- Frozi, V. M. & Mioranza, C. (2009). *Imigração italiana no nordeste do Rio Grande do Sul: processos de formação e evolução de uma comunidade ítalo-brasileira*. 2ªed. Caxias do Sul, RS: EdUCS.
- Google Eart. (2014). Recuperado em 12 de fevereiro de 2013 de <https://www.google.com.br/maps/@-29.0922861,-51.243099,786a,35y,77.67t/data=!3m1!1e3>. HARVEY, D. (2012). *Ciudades rebeldes: Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal.
- Harvey, D. (2004). *Espaços de esperança*. São Paulo: Loyola.
- Jalfim, A. (1991). Elementos para o estudo da agroindústria vinícola: uma abordagem da indústria vinícola rio-grandense. *Ensaio FEE*, v.12 (1), 229-247.
- Jalfim, A. (1993). Elementos para o estudo da agroindústria vinícola: uma abordagem da Cooperativa Vinícola Aurora. *Ensaio FEE*, v.14(2), 689-708.
- Le Goff, J. (2003) *História e Memória*. 5ª ed. Campinas: Ed. UNICAMP.
- Lockmann, M. E. P. (2006). *Fatores determinantes e estratégias que influenciaram o desenvolvimento da Cooperativa Aurora. Nos últimos 10 anos*. Monografia. Porto Alegre: UFRGS.

Miyata, H. (2010). Trabalho, redes e território nos circuitos da economia urbana: uma análise da venda direta em Jundiaí e Região Metropolitana de São Paulo. Tese de Doutorado, São Paulo, USP.

Niederle, P. A. (2010). As Associações de Produtores no desenvolvimento do setor vitivinícola da Serra Gaúcha: um projeto de qualificação e uma necessidade de diversificação. *Anais do 48º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural*. Campo Grande, MS: UFCG.

Protas, J. F. S. (2011). *Vitivinicultura brasileira: panorama setorial de 2010*. Brasília, DF & Bento Gonçalves, RS: Sebrae, Ibravin, Embrapa Uva e Vinho.

Santos, J. V. T.; Grando, M. Z.; Brumer, A. & Jalfim, A. (1989). Agroindústrias e lutas sociais (a complexidade das lutas sociais em torno do valor do produto). *Ensaio FEE*, v.10(2), 266-284.

Santos, M. (2003). *Economia espacial: Críticas e alternativas*. 2ed. São Paulo: 2003.

Silva, L. F. M. (2008). *De celeiro a cenário: vitivinicultura e turismo na Serra Gaúcha*. Tese de doutorado, São Paulo, USP.

Souza, M. J. (1998). O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: Geografia: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand, 1998.

Souza, M. J. (1998). O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: I. E. CASTRO, P. C. C. GOMES & R. L. CORRÊA (orgs). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand, pp.77-116.

Stefani, E. B. (2009). *A geografia dos cinemas no lazer paulistano contemporâneo: redes e territorialidades dos cinemas de artes e Múltiplos*. Tese de doutorado. São Paulo, USP.

Triches, V. (jan/jun 2008) As transações entre segmentos da cadeia viti-vinícola do nordeste do Rio Grande do Sul: características e estágio atual. *Perspectiva econômica*. V.4, n.1. pp.69-90,.

Wilk, E. O. (2006). *A relação entre estratégias, recursos e performance: Uma investigação em empresas de vinhos finos do Cluster da Serra Gaúcha*. Porto Alegre: Centro de estudos e pesquisa em agronegócios da Universidade Federal do Rio Grando do Sul.