

Territoires du vin

ISSN : 1760-5296

: Université de Bourgogne

9 | 2018

Os territórios da videira e do vinho no Brasil

A Região dos "Vinhos da Campanha" e suas Perspectivas de Sustentabilidade

The "Vinhos da Campanha" Wine Region and its Prospects for Sustainability

31 August 2018.

Shana Sabbado Flores

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1639>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Shana Sabbado Flores, « A Região dos "Vinhos da Campanha" e suas Perspectivas de Sustentabilidade », *Territoires du vin* [], 9 | 2018, 31 August 2018 and connection on 03 July 2024. Copyright : Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1639>

PREO

A Região dos "Vinhos da Campanha" e suas Perspectivas de Sustentabilidade

The "Vinhos da Campanha" Wine Region and its Prospects for Sustainability

Territoires du vin

31 August 2018.

9 | 2018

Os territórios da videira e do vinho no Brasil

Shana Sabbado Flores

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1639>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Introdução

Campanha: desenvolvimento e estrutura de um vinhedo emergente

 Trajetória contemporânea da região vitivinícola

 Estrutura de produção atual

Percepções e práticas de vitivinicultura sustentável na região

 Sustentabilidade na visão dos vitivinicultores

 Práticas atuais de vitivinicultura sustentável

Considerações Finais

Agradecimentos

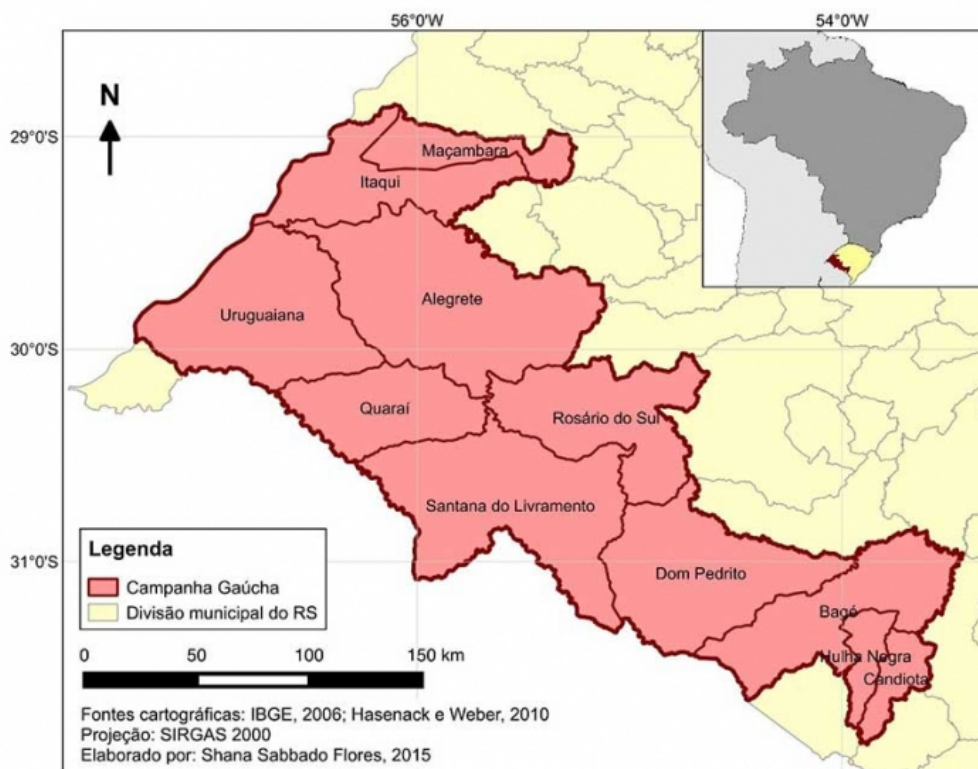
Bibliografia

Introdução

- 1 A viticultura no Brasil foi introduzida por portugueses e espanhóis já no século XVI. A iniciativa pioneira é creditada à Martim Afonso de Souza no sudeste, na época da Capitania de São Vicente, em 1532. No mesmo período, também há registros de experiências no Sul e Nordeste do país (SOUSA, 1969). Todas essas iniciativas, contudo, não atingiram representatividade que permitisse configurar uma região com identidade vitivinícola. A real consolidação da vitivinicultura no país se iniciou com a chegada dos imigrantes no século XIX, em espe-

cial os alemães, mais tarde, os italianos, a partir de 1875, responsáveis pelo grande impulso da vitivinicultura no Brasil (FALCADE, 2011). A Serra Gaúcha é o maior e mais importante vinhedo do Brasil, com aproximadamente 85% da produção nacional de vinhos (IBRAVIN, 2013), compondo um arranjo produtivo e institucional que engloba cerca de 670 estabelecimentos e gera 3.300 empregos (MDIC, 2015), instituições de ensino e pesquisa voltadas para a área, além de associações profissionais. O desenvolvimento da vitivinicultura na Serra Gaúcha foi fortemente marcado pela imigração italiana, a partir de 1875. Além de ser a principal região vitivinícola em extensão e produção, a Serra Gaúcha tem uma importante influência sobre as demais regiões do Brasil, seja pela presença de vinícolas e profissionais, ou como referência em processos (FLORES et al., 2014).

- 2 O vinhedo emergente tratado no presente artigo foi constituído em outras bases, parte de uma expansão mais recente, que ocorreu tanto no Sul, como no Nordeste do país, precisamente, a partir da década de 1980, em uma convergência de investimentos estrangeiros, iniciativas locais e investimentos de vinícolas da Serra Gaúcha, que expandiram suas áreas de produção. Hoje, regiões como a Campanha e o Vale do São Francisco contam com vinhedos, vinícolas, associações setoriais, instituições de ensino e pesquisa na área, iniciativas de enoturismo, além de projetos em curso para Indicação Geográfica, em um movimento para sua consolidação, que se intensificou a partir de 2010 (FLORES, 2015). A região da Campanha está localizada na Metade Sul do estado do Rio Grande do Sul, ao longo da fronteira do Brasil com o Uruguai, como pode ser visto no Mapa 1.



Mapa 1.Região vitivinícola da Campanha, Rio Grande do Sul.

- 3 O processo de colonização da Campanha foi marcado por conflitos e disputas territoriais entre portugueses e espanhóis, durante o século XIX, palco para formação de um novo tipo social, o “gaúcho”, que se configura como mito de fundação da identidade do Rio Grande do Sul. O “gaúcho” representa uma miscigenação, com influência étnica castelhana, charrua (indígena) e portuguesa; é identificado com a região de fronteira e ligado à atividade pastoril e à estância, com uma forma bucólica de descrição da paisagem, destacando o pampa, a coxilha e o minuano¹ (HEIDRICH, 2000). Com relação à produção vitivinícola, estudos apontam para áreas pontuais, com os jesuítas, no século XVII, e com os portugueses, no século XVIII (SOUSA, 1969), mas que não chegaram a formar uma identidade territorial. Já no final do século XIX, o desenvolvimento dos vinhedos no Uruguai teria sido o responsável por levar a viticultura para a Campanha, como uma consequência posterior da imigração espanhola; um dos vinhedos mais expressivos era Uruguaiana, com registros de produção de uvas e vinhos, que eram consumidos na região, a partir de 1887 (PIZZOL; SOUZA, 2014).

- 4 Considerando o processo de formação do território, a Campanha possui um perfil produtivo historicamente vinculado à pecuária extensiva e à rizicultura, ligado a grandes propriedades e à concentração da produção. Essa estrutura é uma herança direta e acaba por refletir a própria colonização da região da fronteira, marcada por uma ocupação militar, na origem das “estâncias” (PESAVENTO, 1985). Assim, apesar dos antecedentes acima relatados, a cultura da uva e do vinho não é parte da formação da identidade desse território, nem em termos produtivos, nem em termos culturais. Trata-se de um elemento externo, integrado a partir dos anos 1980, que vem fortalecendo a sua presença e passando a fazer parte do cotidiano da região.
- 5 Do ponto de vista técnico, o potencial da região para culturas europeias já havia sido constatado pelo botânico francês Saint-Hilaire, em sua viagem pelo Estado, entre 1820 e 1821. Durante a década de 1970, estudos liderados pelo professor Harold Olmos, da Universidade de Davis (EUA), com a participação da Universidade Federal de Pelotas e da Secretaria da Agricultura do RS, identificaram a região da Campanha como a mais favorável para a produção de viníferas, devido às suas características edafoclimáticas. A pesquisa foi iniciada em 1974 e retomada em 1976, com observações mais prolongadas, conforme relatado por Mota (1992). Fatores edafoclimáticos qualificam a aptidão da região da Campanha, com destaque para, continentalidade e atmosfera límpida, decorrente da baixa umidade relativa do ar, que determinam maior amplitude térmica diária, verões de alta insolação, aliado a baixa precipitação no período de maturação da uva, favorecendo fotossíntese líquida, o que resulta em maior teor de açúcar no fruto (MOTA, 1992). Outro ponto a ressaltar é a declividade de, no máximo, 15%, favorecendo a mecanização. 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.
- 6 Abordar sustentabilidade é tocar em um tema complexo, que envolve múltiplos usos e problemáticas da escala local à global, sendo pauta de diversas indústrias e setores da sociedade. No mundo dos vinhos, assim como a indústria acaba sendo afetada por problemáticas relativas à sustentabilidade, como os eventos relacionados às mudanças climáticas, a busca por qualidade e competitividade acaba por posicionar os vinhedos como um cultivo de alto impacto. A sustentabilidade

na vitivinicultura também vem sendo tema debatido na OIV e conta com diversos documentos de suporte e escopo amplo incluindo aspectos físicos, ambientais, econômicos, sociais e imateriais (OIV, 2004, 2008, 2016). Para a OIV, vitivinicultura sustentável é:

[...] abordagem global na escala de sistemas de produção e processamento de uvas, que combina tanto a sustentabilidade econômica das estruturas e dos territórios, a obtenção de produtos de qualidade, tendo em conta as exigências da viticultura de precisão, os riscos relacionados ao ambiente, à segurança do produto e à saúde dos consumidores e a valorização dos aspectos patrimoniais, históricos, culturais, ecológicos e paisagísticos.

(OIV, 2004, 2008)

- 7 Paralelo a isso, países produtores tradicionais, como a França e Suíça, e também os vinhos de “Novo Mundo”, Austrália, Nova Zelândia, Califórnia (EUA) e o Chile, vêm articulando programas e ações em nível regional ou nacional, que podem assumir a forma de auto-avaliação, certificação, selo (ou *label*) ou pegada (CORBO; LAMASTRA; CAPRI, 2014; FLORES; MEDEIROS, 2016; PIEROT; ROCHARD, 2013; PRATT, 2012; SANTIAGO-BROWN et al., 2014). No caso do Brasil, o país é considerado referência em diversas áreas com relação à gestão ambiental e ao debate envolvendo sustentabilidade e suas macroquestões, mas ainda possui lacunas com relação à indústria vitivinícola. Nesse sentido, a região da Campanha se apresenta como potencial para abordar o tema da sustentabilidade na vitivinicultura brasileira, seja pelas suas características edafoclimáticas, ações em curso, motivação dos atores locais ou ainda por ser um vinhedo relativamente jovem e em expansão, propício para a adoção de novas práticas.
- 8 A presente pesquisa foi realizada no período entre 2012 e 2015 (incorporando também banco de dados de trabalhos a partir de 2009) e fez parte da tese intitulada “vitivinicultura sustentável no Brasil: uma proposta de abordagem”, realizada em co-tutela entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a Université de Bourgogne (UB), com o apoio da Chaire-UNESCO “Culture et Tradition du Vin”. O estudo contou com uma análise de protocolos de vitivinicultura sustentável em 6 países, complementado por duas fases de trabalhos de

campo e observações nas regiões da Campanha e Vale do São Francisco.

- 9 O objetivo desse artigo é trazer uma visão geral sobre a região da Campanha e suas perspectivas de sustentabilidade, incluindo antecedentes, estrutura de produção, percurso dos atores e percepção com relação à região. O levantamento de dados e análise na região foi baseado em revisão de literatura, pesquisa documental e entrevista com atores locais, incluindo viticultores, vinícolas e instituições de apoio. A análise das perspectivas de sustentabilidade levou em conta o levantamento de dados dos protocolos internacionais, assim como entrevista com *experts*, buscando as melhores práticas na área e identificando o que já está em curso e pode ser implantado na região da Campanha. Os resultados foram expressos com apoio de cartografia temática e mapas conceituais, que serão apresentados ao longo do texto. Assim, o artigo se inicia com uma análise da trajetória e estrutura atual do vinhedo da Campanha, passa pela análise das principais práticas identificadas na região alinhadas ao tema da vitivinicultura sustentável para destacar, por fim, os potenciais de desenvolvimento desse vinhedo emergente e suas perspectivas de sustentabilidade.

Campanha: desenvolvimento e estrutura de um vinhedo emergente

Trajетória contemporânea da região vitivinícola

- 10 A trajetória moderna da vitivinicultura na Campanha pode ser dividida 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 (Flores, 2015). A Figura 1 retrata a evolução na área plantada e o número de propriedades, destacando as quatro fases.

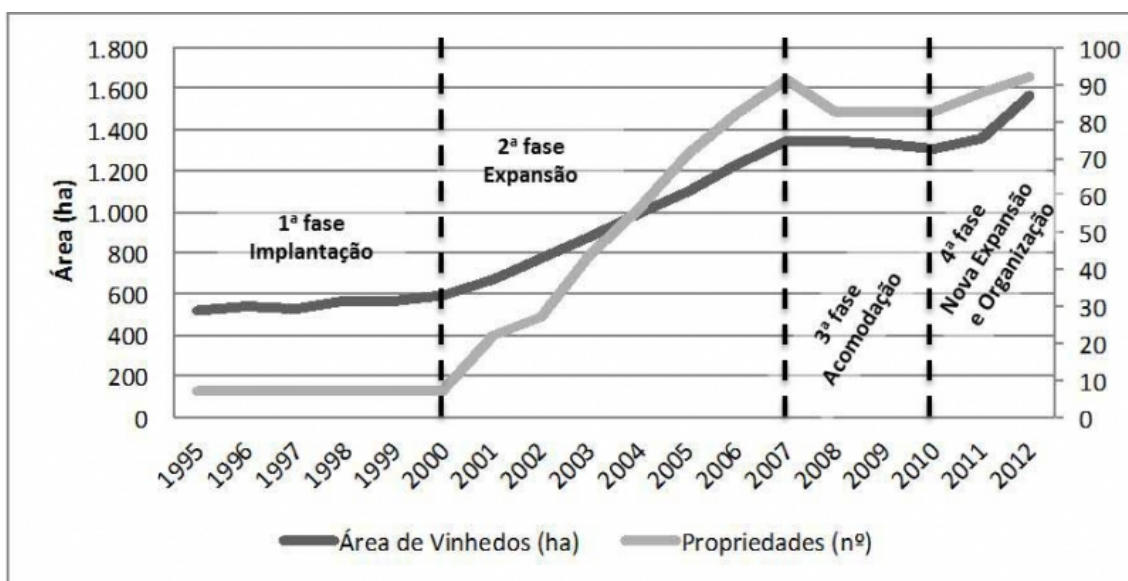


Figura 1. Evolução da vitivinicultura na Campanha

- 11 Como já ressaltado, a *Implantação* moderna da vitivinicultura na Campanha, foi motivada pelas condições edafoclimáticas, identificadas nas pesquisas acima retratadas, a partir do investimento de corporações do ramo. A pioneira foi a vinícola Almadén, projeto de uma multinacional norte-americana, iniciado na década de 1970, com elaboração do primeiro vinho, nos anos 1980, no município de Santana do Livramento (vinhedos inicialmente instalados em Bagé). O projeto da Almadén foi seguido pela implementação da Livramento Vinícola, iniciativa de um grupo japonês, cuja produção tinha como destino principal as exportações para o país sede. Tais companhias implantam larga escala de produção, sistemas de cultivo diferenciado, com adegas, tanques e equipamentos modernos (FLORES, 2011) e protagonizaram um perfil de investimentos diferente dos realizados no tradicional eixo da Serra Gaúcha.
- 12 Apesar dos empreendimentos considerados de grande porte, a *Expansão* da cultura, que marca a segunda fase, ocorreu quando os vinhedos transpuseram as fronteiras da chamada “vitivinicultura corporativa”² e passaram a contar com a participação de produtores da região. Esse processo desenvolveu-se a partir do ano 2000, motivado pelos atrativos preços, pagos para aquisição das uvas de *Vitis vinifera*. Os novos atores dividiam-se em duas categorias principais: os “novos empreendedores” e os “produtores independentes”. Os “novos em-

preendedores” são produtores da região que já iniciaram um projeto integrado de produção e vinificação, buscando lançar marcas próprias de vinhos. Em todos os casos, possuem outra atividade principal, sendo que a vitivinicultura aparece como diversificação e as famílias estão envolvidas no processo. Já os “produtores independentes” contemplam agricultores que iniciaram o cultivo visando ao fornecimento de uva, sobretudo para vinícolas da Serra Gaúcha. Em muitos casos, os projetos tiveram início e suporte fomentado pelas futuras compradoras (FLORES, 2011; FLORES; MEDEIROS, 2010, 2013).

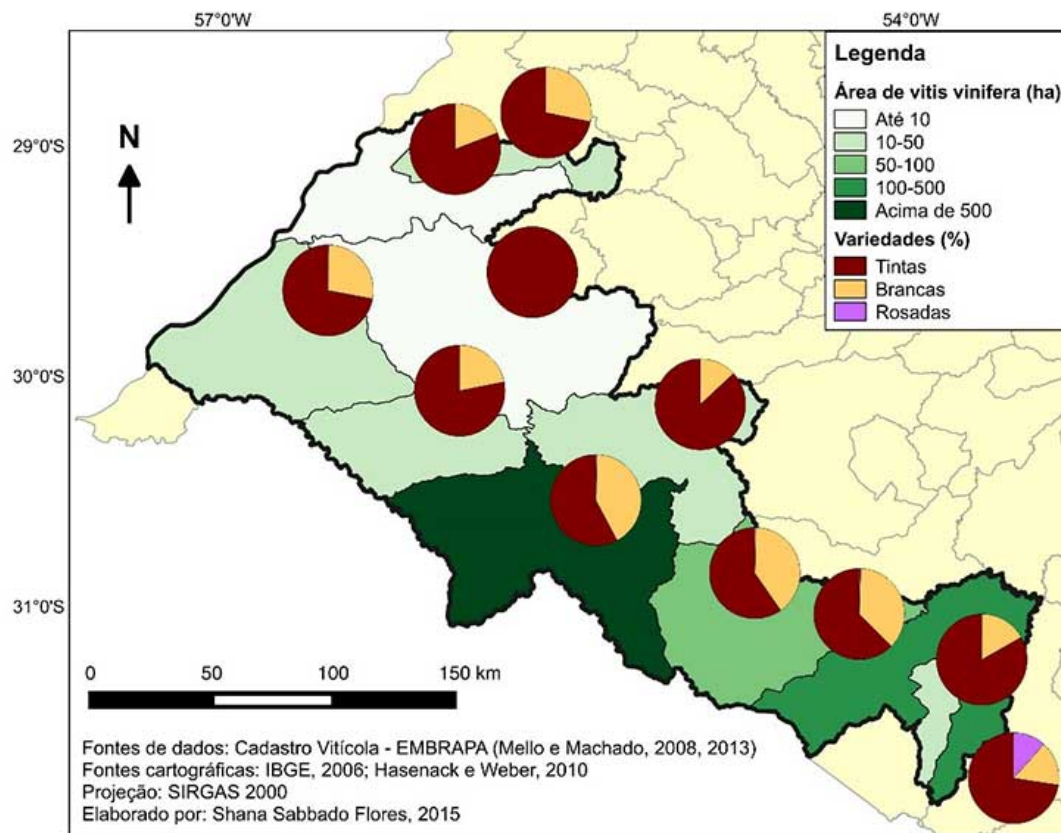
- 13 A segunda fase também marcou o início de uma atuação mais direta de vinícolas da Serra Gaúcha na região da Campanha, primeiramente, através de aquisição dos projetos estrangeiros. O período também contou com a expansão da cultura para outros municípios da Campanha. É importante observar que, mesmo falando de uma pulverização, saindo de grandes corporações para a agricultura familiar, o modelo difere significativamente da Serra Gaúcha, sobretudo considerando a concentração da produção e o tamanho das propriedades - enquanto, no Estado, 80% das propriedades possuem superfície em vinhedo inferior a 4ha, na Campanha, esse número cai para menos de 40%.
- 14 A partir de 2007, contudo, a região passa por um processo de *Acomodação*, mas sem que isso signifique, necessariamente, uma ruptura. O período traz à tona dificuldades, sobretudo para os que haviam iniciado o cultivo nessa década, no que concerne à comercialização e à produção, devido a perdas representativas na safra de 2009-2010 (FLORES, 2011). Tais fatores implicam em uma acomodação da produção, inclusive, pode ser identificada uma pequena retração, já que alguns desses produtores acabaram abandonando a cultura. A queda no número de propriedades, no entanto, não foi acompanhada, na mesma medida, pela redução na área plantada. Isso indica a continuidade, ou até uma expansão, para a maioria dos produtores.
- 15 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. 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. Tal movimento é decorrente de

uma expansão das atividades das vinícolas da Serra Gaúcha, que, por estarem em uma região já muito densa e com terras valorizadas, acabam por direcionar seus investimentos para outras regiões, com destaque para a Campanha.

- 16 Além disso, outra grande contribuição do período se dá na organização institucional. Nos municípios, estão presentes associações locais de produtores, que podem ser relacionadas à fruticultura ou diretamente à vitivinicultura e reúnem viticultores da categoria produtores independentes (FLORES, 2011). Em nível regional, a Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha reúne as vinícolas e também está aberta para ingresso de produtores independentes, através das associações municipais. A associação dos Vinhos da Campanha Gaúcha foi constituída em abril de 2010 e tem desempenhado papel central para a organização e a projeção da região, na medida em que constitui instância representativa dos atores locais. Dentre as ações que a Associação vem desenvolvendo, destacam-se o processo da Indicação Geográfica (IG) e a promoção da região. O processo para IG já foi protocolado junto às autoridades brasileiras e a Indicação de Procedência da Campanha Gaúcha pode ser reconhecida ainda em 2018.

Estrutura de produção atual

- 17 Os mapas a seguir retratam o perfil da Campanha Gaúcha, com relação aos seus vinhedos (Mapa 2 e 3; Figura 2), além da organização da estrutura, que inclui produção, enoturismo e instituições de educação e pesquisa (Mapa 4).



Mapa 2. Campanha (RS): área dos vinhedos e perfil das variedades (2012).