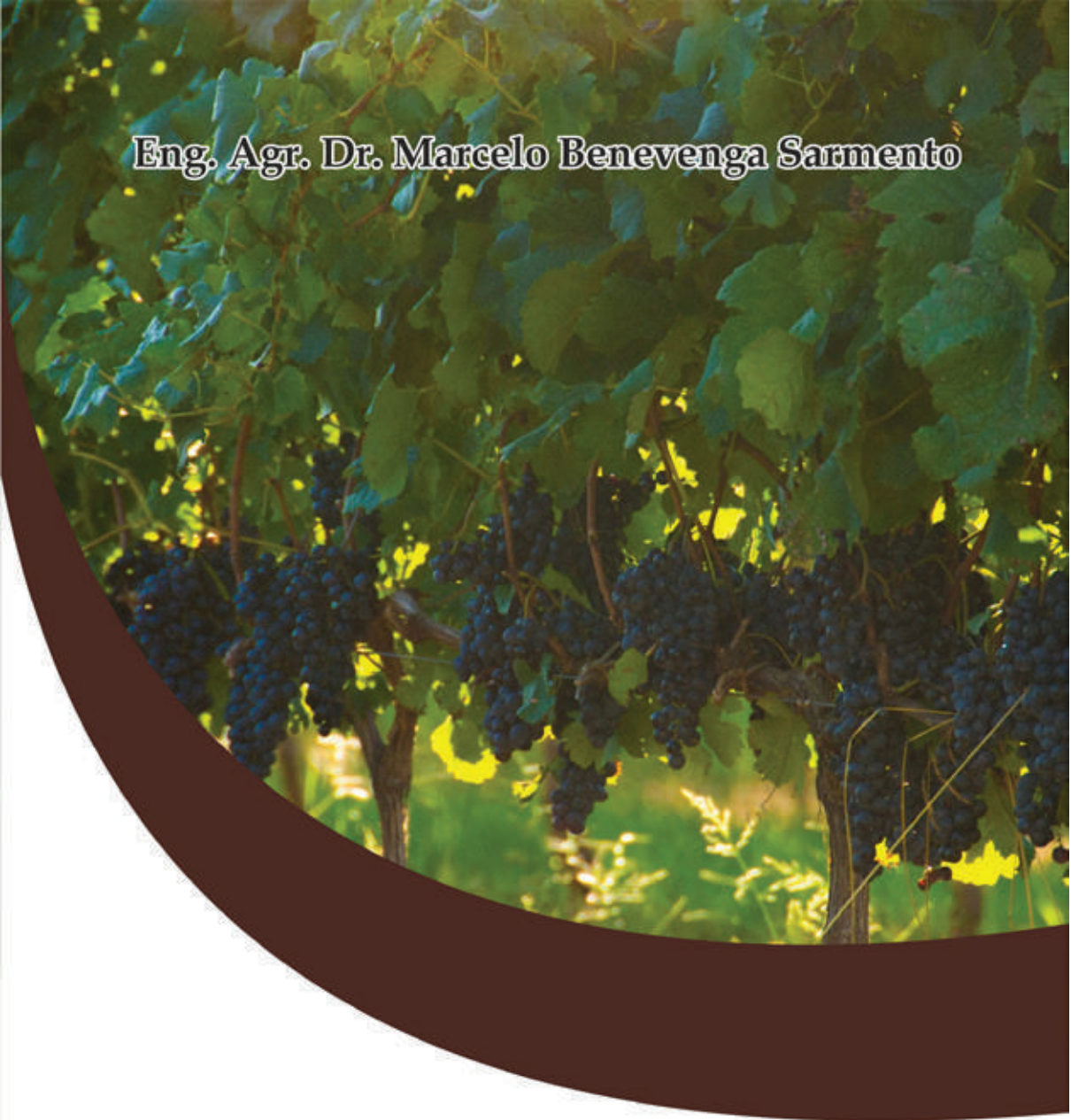


Eng. Agr. Dr. Marcelo Benevenga Sarmento



**Diagnóstico da cadeia da vitivinicultura
na campanha gaúcha: potencialidades
para o agronegócio regional**



Editora da Universidade da Região da Campanha
Av. Tupy Silveira, 2099
CEP 96400-110 - Bagé - RS - Brasil
Telefone: (53) 3242-8244
e-mail: ediurcamp@urcamp.edu.br

FAT - Fundação Áttila Taborda

Presidente:

Lia Maria Herzer Quintana

URCAMP – Universidade da Região da Campanha

Reitora:

Lia Maria Herzer Quintana

Vice-reitora:

Núbia Zuliani

Pró-Reitora de Inovação, Pós-graduação,

Pesquisa e Extensão:

Elisabeth Cristina Drumm

Pró-Reitora Acadêmica:

Virgínia Paiva Dreux

Gerente Financeiro:

Sebastião Mansur Kaé

Editor (a) Chefe:

Ana Cláudia Kalil Huber

Editor (a) Auxiliar:

Clarisse Ismério

Assessora Técnica:

Bibl. Maria Bartira N. Costa Taborda

Diagramação, projeto gráfico

Quêlen Ximendes Leal

Créditos (Fotos)

Pablo Meira Costa

CONSELHO EDITORIAL

Ana Cláudia Kalil Huber

Clarisse Ismério

Elisabeth Cristina Drumm

Fábio Josende Paz

Fernando Pereira de Menezes

Marilene Vaz Silveira

Sandro Moreira Tuerlinckx

Dra. (Urcamp)

Dra. (Urcamp)

Me. (Urcamp)

Me. (Urcamp)

Dr. (Urcamp)

Me. (Urcamp)

Dr. (Urcamp)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S246d Sarmiento, Marcelo Benevenga.

Diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na campanha gaúcha:
potencialidades para o desenvolvimento regional. / Marcelo Benevenga
Sarmiento. - Bagé: Ediurcamp, 2017.
88p.

ISBN: 978-85-63570-51-2

1. Vitivinicultura. 2. Agronegócio. I. Título

CDD: 634.88

Catalogação elaborada pelo Sistema de Bibliotecas FAT / Urcamp
Bibliotecária Responsável: Maria Bartira N. C. Taborda CRB:10/782

Os textos aqui reproduzidos são de exclusiva responsabilidade de seus autores

ENG. AGR. DR. MARCELO BENEVENGA SARMENTO

**DIAGNÓSTICO DA CADEIA DA VITIVINICULTURA NA
CAMPANHA GAÚCHA: POTENCIALIDADES PARA O
DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

**Bagé
Ediurcamp
2017**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	17
2.1 Vitivinicultura Brasileira.....	17
2.2 Vitivinicultura no Rio Grande do Sul.....	17
2.3 Situação e perspectivas para vitivinicultura Brasileira.....	19
2.4 Vitivinicultura na Campanha Gaúcha.....	20
2.5 Potencialidades da vitivinicultura na Campanha Gaúcha.....	25
2.6 Aspectos históricos da vitivinicultura no RS.....	27
2.7 Terroir e sustentabilidade.....	29
2.8 Cadeia produtiva da vitivinicultura.....	30
2.9 Análise Swot da cadeia produtiva.....	34
3 MATERIAL E MÉTODOS.....	35
3.1 Apresentação da região de estudo.....	35
3.2 Caracterização da Campanha Gaúcha.....	35
3.3 Etapas da Pesquisa.....	37
3.4 Amostra estudada.....	38
3.5 Pesquisa de campo.....	39
3.6 Análise Swot da cadeia da vitivinicultura.....	39
3.7 Análises e apresentação dos dados.....	39
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	40
4.1 Pesquisa de campo.....	40
4.2 Análises Swot.....	52
4.2.1 Concentração em polifenóis na uva.....	52
4.2.2 Sistema de condução em espaladeira.....	53
4.2.3 Condições Edafoclimáticas Regionais.....	53
4.2.4 Identificação Geográfica e Marketing.....	55
4.2.5 Enoturismo e Sustentabilidade.....	58
4.2.6 Diversificação da matriz produtiva.....	60
4.2.7 Ameaças.....	62
4.2.8 Pontos fracos.....	63
5. POTENCIALIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL.....	66
5.1 Cultura e história.....	67
5.2 Cultivo de espécies perene.....	68

5.3 Enoturismo, Ecoturismo e Gastronomia Regional.....	69
6 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
APÊNDICE.....	85

APRESENTAÇÃO

Este livro resulta de uma pesquisa de conclusão do MBA em Gestão do Agronegócio, curso que concluí em fevereiro de 2014 pela Universidade Federal do Paraná.

Nesta pesquisa, realizei um diagnóstico preliminar da vitivinicultura na região da Campanha Gaúcha, com foco nos municípios da sub-região Fronteira Uruguai. Foram conduzidas entrevistas com vitivinicultores, e, com bases nestas e também em pesquisa bibliográfica, realizou-se uma análise SWOT, objetivando destacar os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades do setor ao desenvolvimento regional.

Tradicionalmente pecuária e, mais recentemente agrícola, a região da Campanha, devido às suas excelentes condições edafoclimáticas, apresenta-se como uma das mais promissoras do Brasil para a produção de vinhos finos, muitos dos quais vem obtendo premiações e reconhecimento de renomados enólogos e sommeliers Brasil afora.

O livro inicia por um levantamento bibliográfico do histórico da vitivinicultura na região, principais pesquisas realizadas, potencialidades e os gargalos observados. A seguir, é descrita a metodologia utilizada no trabalho e os resultados da pesquisa de campo. Após, é apresentada a análise SWOT, com base nas entrevistas e em pesquisa bibliográfica, finalizando com as potencialidades do setor vitivinícola para o desenvolvimento regional.

Espero que este livro possa contribuir para estudantes, professores, pesquisadores, produtores e demais interessados neste apaixonante tema que é a vitivinicultura. Desejo a todos uma ótima leitura.

Marcelo Benevenga Sarmento
Bagé/setembro de 2017.

A CAMPANHA GAÚCHA

Belas paisagens, uma vastidão onde a natureza expressa equilíbrio, paz, harmonia: falar do pampa gaúcho é falar da alma do sul, de uma terra onde o tempo parece andar mais lento e ter seu próprio caminho. Com uma história tão profunda, marcada pela passagem de muitas culturas, etnias, a Campanha tem sotaque espanhol, sangue índio, essência portuguesa e toda esta brasilidade que impulsiona o seguir em frente e desbravar novas alternativas.

Desde as Missões Jesuíticas, grandes estâncias, intercâmbios de informações com os países vizinhos, o vinho já era parte da vida no pampa. Sejam os vinhedos para consumo próprio dos estancieiros, a bebida que vinha do Uruguay, a belíssima história da Família Marimon, a chegada da Almadén até as belíssimas e modernas vinícolas que hoje surgem nas várias cidades, a Campanha desponta como uma nova estrela do Brasil. O calor dos dias e o frio da noite, as amplas áreas de terra propícia para a uva, a motivação dos novos empresários, tem trazido muita tecnologia e novas oportunidades. O poder de transformação é tanto que até uma Universidade com curso de Enologia surgiu em Dom Pedrito; restaurantes e hotéis cada dia mais profissionalizados. O vinho vira cultura, gera empregos e renda. Uruguaiana retoma os voos para Porto Alegre; Bagé reforça sua estrutura de turismo.

Para trabalhar com uva e vinho é preciso sonhar, amar, pois não é um caminho fácil. Mais do que amor, estudar, entender, entrar em sintonia com a natureza buscando as melhores plantas, melhores técnicas, conecta ainda mais o homem a este líquido maravilhoso. A Campanha, mesmo com sua história que já atravessa séculos, precisa cada vez mais de números e informações, para que seu potencial, ilimitado, seja cada vez melhor aproveitado, respeitando o seu bioma e suas raízes.

Este trabalho é uma fonte de informações atualizadas e profissional a quem deseja se aprimorar neste caminho, seja apenas para conhecer e divulgar ou investir e plantar. Deguste-o como um grande vinho merece.

Maria Amélia Duarte Flores
Enóloga, Proprietária da Vinho e Arte

PREFÁCIO

Ao propor uma reflexão sobre o desenvolvimento de uma região parte-se, necessariamente, de indicadores quantitativos e qualitativos que oportunizem a análise acerca de seu desempenho e potencial, frente aos desafios econômicos, sociais e ambientais. Necessariamente devem ser consideradas suas particularidades, porém, sem perder de vista o contexto global e a relação de interdependência de diferentes variáveis e o seu respectivo impacto no território. Assim, procura-se compreender sua realidade, o ambiente e as relações socioculturais que constituem o território em análise.

No livro Diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na Campanha Gaúcha: potencialidades para o agronegócio regional, o Engenheiro Agrônomo Dr. Marcelo Benevenga Sarmento apresenta a cadeia produtiva da vitivinicultura. Inicialmente, Sarmento apresenta uma contextualização histórica e territorial da produção de uvas e da vitivinicultura no Brasil e no Rio Grande do Sul, com destaque para a região da Campanha, cuja participação na produção de uvas para vinhos finos e espumantes de qualidade superior, vem ganhando destaque ao longo dos anos. A origem da produção de uvas foi iniciada pelos jesuítas, no século XVII, seguida pelos portugueses, no século XVIII.

Ao analisar a situação e perspectivas para a vitivinicultura brasileira, Sarmento aponta para o fato de que a produção de uvas no Brasil é diferenciada de acordo com a região de cultivo, sendo que no Sul, predomina o cultivo de uvas americanas e híbridas para fabricação de sucos e vinhos. Já na região da Campanha, na última década, Sarmento destaca a produção de uvas para fins industriais (vitivinicultura), em função das condições favoráveis de clima e do solo.

O estudo compreende a região da Campanha, considerando duas sub-regiões: Fronteira Uruguai (Aceguá, Pedras Altas, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Herval, Hulha Negra, Quaraí e Santana do Livramento) e Uruguaiana/São Gabriel (Alegrete, Rosário do Sul, São Gabriel, Uruguaiana e Barra do Quaraí). Sarmento aponta a diversificação de produtos e o avanço da atividade para novas áreas de cultivo, como a região da Campanha, como sendo as principais razões para a expansão do

setor vinícola no Rio Grande do Sul, durante a última década. O Agronegócio Vitivinicultura na Campanha Gaúcha, em agosto de 2016, possuía cerca de 2000 ha de vinhedos; representava 35% do total de uvas viníferas cultivadas e 25% da produção de vinhos finos, do Brasil; contava com 170 produtores e 16 vinícolas; produzia cerca de 130 marcas de vinhos (aproximadamente 15 variedades); e uma produção de 12 milhões de litros/ano, aproximadamente.

Sarmento aponta como sendo potencialidades da Vitivinicultura na Campanha Gaúcha: os solos bem drenados e a topografia pouco ondulada; o clima (incidência solar, invernos rigorosos e a variação da temperatura diária com dias quentes e noites frescas); a introdução da indústria vinícola; a criação da Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha e a posterior participação junto ao IBRAVIN.

Sobre a “vitivinicultura sustentável”, Sarmento discute a relação entre terroir e sustentabilidade. Por terroir, o autor destaca a interação entre o meio natural e os fatores humanos, a partir do saber coletivamente construído e que conferem características específicas à produção de um território específico. Trata-se, portanto, de imprimir as características simbólicas e naturais da própria Campanha em produtos particulares, específicos e singulares, que têm no contexto histórico e natural da Campanha a sua matriz constituinte. Com vista à implantação de programas de vitivinicultura sustentável, Sarmento aponta para o processo produtivo, considerando aspectos como: (i) escolha do local; (ii) biodiversidade; (iii) escolha das variedades; (iv) resíduos sólidos; (v) gestão do solo; (vi) utilização de energia; (vii) gestão da utilização da água; (viii) qualidade do ar; (ix) efluentes; (x) utilização das áreas de entorno; (xi) gestão de recursos humanos; (xii) utilização de agroquímicos.

Já encaminhando para a análise SWOT da cadeia da vitivinicultura da Região da Campanha, Sarmento destacou como pontos fortes: a concentração em polifenóis na uva e o sistema de condução em espaladeira. Como oportunidades: as condições edafoclimáticas regionais; a identificação Geográfica e o marketing associado; o enoturismo no Pampa Gaúcho e a Sustentabilidade e a diversificação da matriz produtiva regional. Com relação aos pontos fracos, Sarmento salientou: a falta de mão de obra de qualidade necessária para as técnicas básicas de cultivo da videira como plantio de mudas, realização de podas, aplicação de insumos, controle de pragas e plantas indesejáveis e colheita; a logística deficiente de transporte e armazenagem e a grande distância dos principais centros consumidores. Enquanto ameaça, o autor aponta a concorrência com os produtos importados do Uruguai, Argentina e Chile e os altos impostos incidentes sobre a cadeia.

Quanto ao desenvolvimento regional endógeno Sarmento apoia seus argumentos em Zapata et al (2007), para refletir sobre as potencialidades da Região da Campanha. Os autores definem o modelo de desenvolvimento participativo, com ênfase no protagonismo dos cidadãos e cidadãs, na equidade social e na sustentabilidade ambiental, sempre a partir das vocações produtivas locais. Na perspectiva de território, enquanto propulsor de desenvolvimento, Sarmento sintetiza as principais riquezas potenciais da Campanha Gaúcha: Pecuária em campo nativo; Belezas paisagísticas do Pampa; Riqueza sociocultural; Feiras agropecuárias centenárias; Locais e monumentos históricos; Vitivinicultura e Olivicultura; Gastronomia regional típica; Carnes ovina e bovina; Enoturismo e turismo de compras; Genética diferenciada das raças; Biodiversidade do Pampa; Indicação Geográfica; Artesanato em lã, couro e fibras; Energias Renováveis.

Aos futuros leitores, destaca-se que o estudo em questão, além de buscar na realidade local os dados necessários para a compreensão da dinâmica da região da Campanha, por meio do diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na Campanha Gaúcha, torna-se um guia relevante para análise da potencialidade de outros sistemas produtivos em diferentes regiões. Por fim, cumpre-se destacar o princípio que sustenta o desenvolvimento endógeno de uma região: a valorização da riqueza de seu patrimônio natural, histórico e cultural na definição do modelo de desenvolvimento desejado.

Elisabeth Cristina Drumm
Pró-reitora de Inovação, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão
Universidade da Região da Campanha - URCAMP

INTRODUÇÃO

A região da Campanha situa-se na metade sul do Rio Grande do Sul e é caracterizada economicamente pelas atividades agrícolas e pastoris baseadas em um Bioma Pampa rico em biodiversidade de fauna e flora. Historicamente, a base econômica da região tem sido o cultivo do arroz irrigado e a pecuária de genética superior, sendo esta com foco na bovinocultura de corte, ovinocultura e criação de equinos da raça Crioula e Puro Sangue Inglês.

A Campanha apresenta condições edafoclimáticas favoráveis para o cultivo de uma ampla gama de espécies agrícolas. Devido às condições de solo, clima, topografia e luminosidade, na última década, a região também vem sendo alvo de investimentos importantes na Silvicultura, Fruticultura Temperada e, principalmente, na Vitivinicultura para produção de vinhos finos.

Apesar da importância social e econômica dessas culturas tidas como emergentes, percebe-se que as respectivas cadeias produtivas encontram-se pouco organizadas, o que pode acarretar em prejuízos técnicos, econômicos e mercadológicos ao setor. Além disso, informalmente têm sido constatados entraves que impedem o desenvolvimento destas cadeias.

A cadeia da vitivinicultura é relevante devido à diversificação da matriz produtiva regional, agregação de valor, geração de renda e empregos bem como incremento no PIB dos municípios envolvidos.

O Rio Grande do Sul é o maior produtor nacional de uvas, sendo a principal região produtora a Serrana, onde se encontra o Vale dos Vinhedos, referência nacional na produção vitivinícola. Porém, além dessa região outras vêm ganhando lugar de destaque no mercado, como a Campanha Gaúcha, que vem obtendo premiações internacionais com seus vinhos finos e espumantes de alta qualidade.

Diante da crescente evolução da produção de vinhos finos na Região da Campanha, tornam-se necessários estudos para diagnosticar e acompanhar o desenvolvimento desta cadeia. Desse modo, uma correta caracterização e diagnóstico dos gargalos, aspectos sociais, técnicos e

mercadológicos bem como dos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades é de fundamental relevância para o desenvolvimento sustentável da cadeia da vitivinicultura na região.

O objetivo desta pesquisa foi realizar um diagnóstico da cadeia produtiva da vitivinicultura na região da Campanha do Rio Grande do Sul. Com base neste diagnóstico, conduziu-se uma análise SWOT da cadeia, identificando-se os pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades ao desenvolvimento regional.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Vitivinicultura Brasileira

A viticultura mundial destinada à vinificação encontra-se principalmente concentrada entre os paralelos 30° e 50° de latitude norte e entre 30° e 45° de latitude sul, onde os principais climas são do tipo temperado, mediterrâneo ou árido, em diferentes níveis. No Brasil, os tipos de clima ocorrentes nas regiões vitivinícolas produtoras de vinhos finos com uma colheita anual, são de tipo temperado e subtropical (TONIETTO e MANDELLI, 2003).

A cultura da videira, conforme Camargo et al. (2011), encontra-se difundida, no Brasil, desde o Rio Grande do Sul, a 31°S de latitude, até o Rio Grande do Norte e Ceará, a 05°S de latitude, situando-se nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco (IBGE, 2013).

A vitivinicultura no Brasil apresenta grande diversidade agrária e tecnológica. A atividade ocupa uma área de aproximadamente 83.700 hectares, com uma produção anual variando entre 1.300 e 1.400 mil toneladas. Há uma grande variabilidade no material genético utilizado no Brasil. São mais de 120 cultivares de *Vitis vinifera* e mais de 40 cultivares de uvas americanas, incluindo castas de *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e de híbridas interespecíficas (CAMARGO et al., 2011).

De acordo com os autores, a variação de altitude também é grande, havendo considerável diversidade ambiental entre as zonas de produção, incluindo regiões de clima temperado, subtropical e tropical.

2.2 Vitivinicultura no Rio Grande do Sul

Na região da Campanha do Rio Grande do Sul pratica-se a viticultura de clima temperado. A viticultura de clima temperado caracteriza-se por um ciclo anual, seguido de um período de dormência induzido pelas baixas temperaturas do inverno. É a viticultura tradicional no Sul e em regiões de altitude do Sudeste do Brasil, nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Minas Gerais (CAMARGO et al., 2011).

O estado do Rio Grande do Sul é responsável por mais de 50% da produção de uva e por 90% da produção nacional de vinhos e derivados (IBGE, 2013). Atualmente, existem seis regiões vitivinícolas no Estado do Rio Grande do Sul: Campanha (Bagé, Santana do Livramento, dentre

outros), Serra do Sudeste (Pinheiro Machado e Encruzilhada do Sul), Jaguarí (Jaguarí), São José do Ouro (São José do Ouro), Rolante (Rolante e Riozinho) e a Encosta Superior do Nordeste conhecida como “Serra Gaúcha”. Nesta última região, ocorrem algumas condições climáticas que são desfavoráveis ao cultivo de videira.

Dentro do estado do Rio Grande do Sul a principal região produtora é a Serrana, onde se encontra o Vale dos Vinhedos, referência nacional na produção vitivinícola. Porém, além dessa Região outras vêm ganhando lugar de destaque, como a Campanha Gaúcha, que vem apresentando crescimento na produção de uvas para vinhos finos e espumantes de qualidade superior.

A cultura da uva e do vinho no Rio Grande do Sul pode ser dividida em quatro grandes fases (FARIAS, 2008):

a) de 1875 à 1915, onde a produção de derivados da uva era destinada ao consumo familiar e local;

b) a partir de 1915, com a inauguração da estrada de ferro que ligava Caxias do Sul a Montenegro, possibilitando o escoamento de produtos coloniais para as principais localidades do estado e do país (desde então, a região de colonização italiana do RS tornou-se o maior centro produtor de vinhos do país);

c) as décadas de 60 e 70 foram marcadas pela entrada de empresas internacionais como Chandon, Maison Forestier, Almadén, Martini, National Distillers, Chateau Lacave, Welch Foods (Suvalan), entre outras, na produção e comercialização de vinhos e sucos;

d) a partir dos anos 90, a tecnologia se disseminou entre o setor vitivinícola gaúcho, chegando até às pequenas vinícolas, que começaram a controlar as fermentações, a utilizar leveduras e enzimas e usar tanques de aço inoxidável, que ampliou drasticamente a qualidade e competitividade das empresas gaúchas, inserindo boa parte do produto vinícola gaúcho no mercado nacional e internacional.

A difusão de castas viníferas no Rio Grande do Sul, conforme Cargomo et al. (2011), iniciou-se efetivamente na década de 1950, com o plantio das cultivares italianas Barbera, Bonarda, Peverella, Marzemino, Trebbiano e outras. Logo em seguida, entraram em cultivo Cabernet Franc, Merlot e Riesling Itália para a produção dos primeiros vinhos varietais. A maioria destas cultivares, nos anos de 1970 e 1980, foi substituída por castas de origem francesa, como Cabernet Sauvignon, Tannat, Semillon e Chardonnay, entre outras. Mais recentemente, no Sul, entraram em cultivo as variedades Pinot Noir, Tempranillo, Sauvignon Blanc, Moscato Giallo, Touriga e Viognier.

A produção de vinhos, sucos e outros produtos derivados das uvas

gaúchas apresentaram um aumento de 39,6% no ano de 2011 em relação aos anteriores, conforme Mello (2012), deste valor o maior acréscimo ocorreu na produção de uvas *Vitis vinifera*, sendo esta espécie destinada exclusivamente para a produção de vinhos finos.

Até o final dos anos de 1950, conforme Camargo et al. (2011), a viticultura comercial brasileira estava restrita aos três estados do sul e regiões leste de São Paulo e sul de Minas Gerais. A partir daí, houve uma grande ampliação da fronteira vitícola, com o plantio de uvas no Vale do Submédio São Francisco, seguindo-se as regiões norte do Paraná, nordeste de São Paulo e norte de Minas Gerais. Nas regiões tradicionais, os sistemas de produção foram modificados ao longo dos anos, em função das oportunidades e exigências do mercado.

A pesquisa deu grande suporte ao empreendedorismo do viticultor brasileiro, aportando tecnologias sem as quais não seria possível atingir o atual nível de desenvolvimento do setor e permitindo a introdução da cultura em regiões onde anteriormente ela não se adaptava como o Vale do São Francisco, na Bahia e Pernambuco.

2.3 Situação e perspectivas para a vitivinicultura Brasileira

A produção de uvas representa 45% da produção total e 64% das exportações das frutas de clima temperado. No período de 1999 à 2009, a produção aumentou 434 mil toneladas (46,6%) e a área 21.9 mil toneladas (37%) (FACHINELLO et al., 2011).

A produção de uvas no Brasil é diferenciada de acordo com a região de cultivo: no Sul, predomina o cultivo de uvas americanas e híbridas para fabricação de sucos e vinhos, e nas outras regiões, o cultivo de uvas americanas e europeias de mesa, tanto para o mercado interno, como para exportação. A produtividade média nesse mesmo período permaneceu praticamente constante, variando no máximo em 2 ton/ha. No entanto, em algumas regiões, a produtividade é significativamente acima da média, como ocorre no Vale do São Francisco, em que a média é de 25 ton/ha (IBGE, 2012), explicando deste modo o maior crescimento da produção (46,59%) em relação ao aumento da área total (37,01%).

Esses resultados são compatíveis com o crescimento na exportação de uvas, representada principalmente pela uva de mesa, que cresceu, entre 1998 e 2008, 948,4% em quantidade e 2.844,4% em valor (FACHINELLO et al., 2011). A tendência, segundo os mesmos autores, é que o Brasil, nas regiões quentes, continue a especializar a sua produção em termos de uvas de mesa sem sementes para atender ao mer-

cado internacional, e na região Sul, aumente a área cultivada de uvas viníferas em detrimento ao cultivo de uvas americanas e híbridas.

Grande parte desse sucesso é devido à produção de uvas no Vale do São Francisco, pois, nessa região, o clima predominantemente quente e seco durante grande parte do ano, a infraestrutura de irrigação e a mão de obra disponível propiciam as condições favoráveis para o desenvolvimento desta cultura. Além disso, a produção regional, voltada principalmente para o mercado externo, impulsiona investimentos em técnicas de manejo da cultura, para cada vez mais melhorar a qualidade e a produtividade dos parreirais. A irrigação trouxe muitas vantagens à agricultura do Vale do São Francisco, entre as quais se destacam a regularidade da produção e o aumento do rendimento da terra, permitindo ganhos expressivos de produtividade e de renda. Com a regularidade da produção, a região consegue competir em boas condições no mercado internacional, obtendo frutos de melhor qualidade (BUAINAIN e BATALHA, 2007). Nesta condição de clima tropical, é possível planejar os períodos de colheita e assim atender às demandas internacionais com uvas sem sementes, quando os preços atingem os valores mais elevados.

Como exemplos de aporte de tecnologias, os autores citam a seleção de clones varietais e novas cultivares adaptadas às diferentes regiões, a definição de diferentes tecnologias de manejo especialmente para as regiões tropicais e subtropicais e a certificação de produtos vitivinícolas, como produção integrada, indicações geográficas e produção orgânica (CAMARGO et al., 2011).

2.4 Vitivinicultura na Região da Campanha Gaúcha

A produção de uvas na Campanha começou em áreas pontuais, com os jesuítas, no século XVII, e com os portugueses, no século XVIII (SOUSA, 1969). Ao que tudo indica, o consumo de uvas em pomares era um hábito alimentar presente nas antigas estâncias da metade sul do estado, mas tal viticultura não criou identidade territorial. Existem evidências de que a região contava com uma produção vitivinícola já no final do séc. XIX.

Nesse período, o desenvolvimento dos vinhedos no Uruguai teria sido o responsável por levar a viticultura para a Campanha Gaúcha, 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 e SOUZA, 2014a). No início dos anos 1900, existem registros de

atividades de nove empreendimentos, que possuíam 70ha e produziram 85 mil litros de vinho em 1902, com amostras premiadas na Exposição Estadual de 1901 (PIZZOL e SOUZA, 2014b).

Na região da Campanha do RS, na última década, o maior destaque vem sendo dado à produção de uvas para fins industriais (vitivinicultura), em função das condições favoráveis de clima e solo, que propiciam às uvas a possuir uma qualidade superior àquelas provenientes da Serra Gaúcha, devido tanto à maior exposição à insolação diária, quanto à variação de temperatura entre o dia e a noite que são importantes para a fixação dos fenóis, que melhoram os índices de açúcar presente no vinho e diminuem a acidez da uva. Assim, compara-se o clima presente na região ao da Região do Mediterrâneo na Europa, que é considerado o mais propício para o cultivo de videiras em nível global. A vitivinicultura na Região da Campanha Gaúcha tem como marco referencial o estudo de zoneamento vitícola do Instituto de Pesquisas Agrícolas da Secretaria de Agricultura do Rio Grande do Sul (IPAGRO), na década de 1970. O primeiro empreendimento foi concretizado com a implantação dos vinhedos e vinícola da empresa Almadén, no município de Santana do Livramento, onde, na sequência, um grupo japonês implantou o Projeto Santa Colina com vinhedos e cantina própria (EMATER, 2014).

A pesquisa que resultou neste livro tem como abrangência os municípios da Campanha do Rio Grande do Sul, conforme descrito no macrozoneamento agroecológico e econômico do estado do Rio Grande do Sul (MALUF e WESTPHALEN, 1994), que é compreendida por 14 municípios (Figura 1), sendo dividida em duas sub-regiões (Figura 2): Fronteira Uruguai (Aceguá, Pedras Altas, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Herval, Hulha Negra, Quaraí e Santana do Livramento) e Uruguiana/São Gabriel (Alegrete, Rosário do Sul, São Gabriel, Uruguiana e Barra do Quaraí). Esta última sub-região está localizada no sudoeste do estado do Rio Grande do Sul, entre os paralelos 30 a 32°, e variando a altitude de 50 a 330m, com alguns municípios fazendo divisa com Argentina e Uruguai.

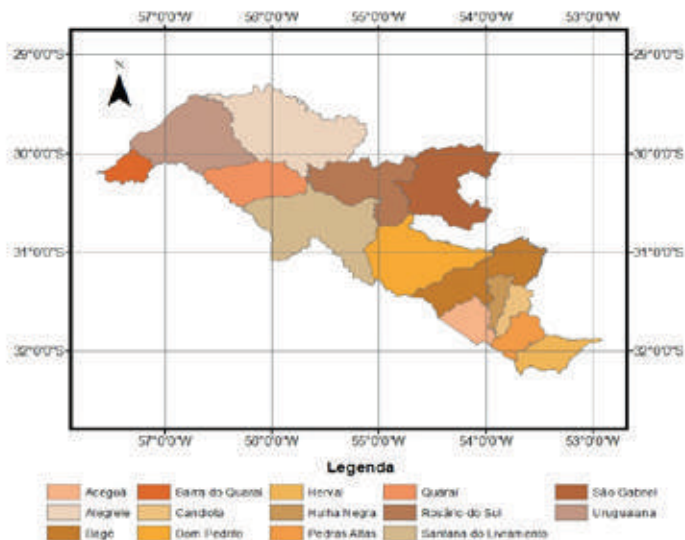


Figura 1: Municípios que compõem a região da Campanha do Estado do Rio Grande do Sul

FONTE: Adaptado de MALUF e WESTPHALEN (1994).

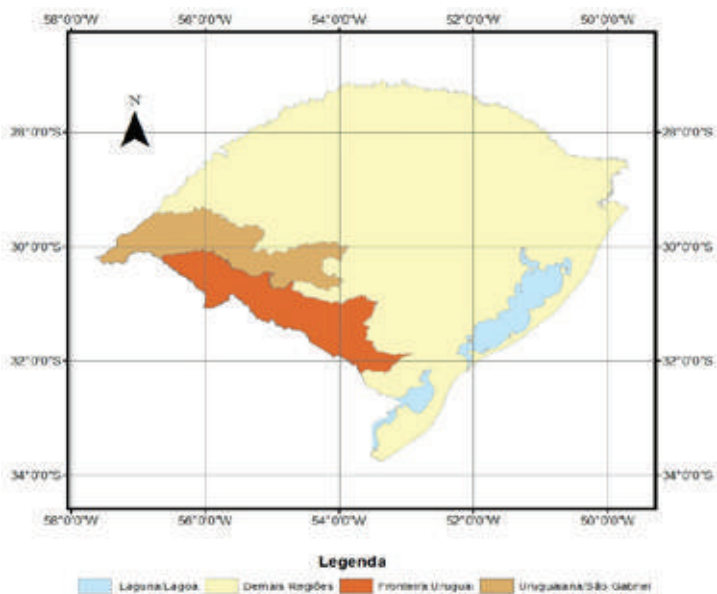


Figura 2: Região da campanha com suas duas respectivas sub-divisões

FONTE: Adaptado de MALUF e WESTPHALEN (1994).

A partir do ano 2000, estimulados pelos bons preços pagos pelas uvas viníferas, em especial as uvas tintas, diversos proprietários de terras de municípios da Campanha Gaúcha como: Itaqui, Maçambará, Uruguaiana, Quaraí, Alegrete, Rosário do Sul, Santana do Livramento, Dom Pedrito, Bagé e Candiota, implantaram vinhedos com o objetivo de atender à demanda crescente por uvas finas, tanto das vinícolas da Serra Gaúcha quando daquelas instaladas na própria “Seival Estate”, localizado no município de Candiota, cuja estrutura contava com uma área de 150 hectares de vinhedos, exclusivamente de cultivares viníferas, e uma moderna vinícola com capacidade para processar toda a produção; e o projeto “Almadén”, localizado no município de Santana do Livramento. Este Projeto Vitivinícola, que foi o pioneiro na região da Campanha, em 2010, foi adquirido pelo Grupo Miolo (PROTAS e CAMARGO, 2011).

Além da diversificação de produtos, outra razão para a expansão do setor vinícola no Rio Grande do Sul durante a última década foi o avanço da atividade para novas áreas de cultivo. Se há apenas dez anos atrás a vitivinicultura era imediatamente associada à Serra Gaúcha, hoje a produção de uvas e vinhos finos, se desloca cada vez mais para um território lembrado pelo gado e pelo arroz, que é a fronteira oeste e a metade sul do estado (ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA, 2013).

Ainda conforme o autor, a produção de uvas viníferas demorou para avançar nos pampas. Até o início dos anos 2000, a região tinha empreendimento de apenas duas vinícolas, a Almadén e a Santa Colina (hoje Nova Aliança), ambas em Santana do Livramento. No entanto, influenciados pelos produtos de grande qualidade obtidos por esses pioneiros e atraídos pela oferta de terras baratas e boas condições de solo e clima, empresários do setor vinícola buscaram expandir negócios na fronteira agrícola da uva. Além dos empresários do ramo vitivinícola, pecuaristas, produtores de arroz e profissionais liberais também tiveram interesse em investir nesta cultura na referida região.

Em 2012, a região abrigava 16 vinícolas (Tabela 1). São 1,3 mil hectares plantados em nove municípios (Microrregião) por 150 produtores, responsáveis por 15% da produção brasileira de uvas viníferas (ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA, 2013).

A Associação dos Produtores de Vinhos da Campanha (2016) apresenta em sua página web a grandeza do Agronegócio Vitivinicultura na Campanha Gaúcha em dados atualizados para agosto de 2016:

- Cerca de 2000 ha de vinhedos;
- 35% do total de uvas viníferas cultivadas no Brasil;
- 25% da produção de vinhos finos do Brasil;
- 170 produtores, sendo 16 vinícolas;

- Aproximadamente 130 marcas de vinhos
- Cultivadas ao redor de 13 variedades (com valor em crescimento);
- Produção de 12 milhões de litros/ano, aproximadamente.

Tabela 1. Lista em ordem alfabética das 16 vinícolas que constam no site da Associação Vinhos da Campanha (2016).

Vinícola	Município
Almadén Miolo	Santana do Livramento
Batalha Vinhas & Vinhos	Candiota
Bueno Bella Vista Estate	Candiota
Bodega Sossego	Uruguaiana
Campos de Cima	Itaqui
Cordilheira de Santana	Santana do Livramento
Dunamis Vinhos e Vinhedos	Dom Pedrito
Dom Pedrito Vinhos Nobres	Dom Pedrito
Estância Paraizo	Bagé
Guatambú Estância do Vinho	Dom Pedrito
Nova Aliança Cooperativa Vinícola	Santana do Livramento
Peruzzo Vinhas & Vinhos	Bagé
Routhier & Darricarrère	Rosário do Sul
Rio Velho	Rosário do Sul
Seival Estate	Candiota
Salton	Santana do Livramento

Fonte: Associação Vinhos da Campanha (2016).

2.5 Potencialidades da vitivinicultura na Campanha Gaúcha

Além da tradicional região do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha, a região da Campanha do Rio Grande do Sul também vem se destacando, pelas condições edofoclimáticas ao cultivo de uvas para vinhos finos (MELLO, 2012).

A região da campanha gaúcha está situada no paralelo 31°, que identifica outras regiões produtoras de vinhos de reputação e qualidade superior, como por exemplo, Argentina, África do Sul e Austrália. Fatores físicos e meteorológicos contribuem decisivamente para a aptidão da região da Campanha, tais como: continentalidade e atmosfera límpida, decorrente da baixa umidade relativa do ar, que determinam maior amplitude térmica diária; verões de alta insolação, aliado à baixa precipitação no período de maturação da uva, favorecendo a fotossíntese líquida, o que resulta em maior teor de açúcar no fruto; declividade de no máximo 15%, favorecendo a mecanização; além disso, o solo da região está sob a formação geológica Rosário do Sul, com substrato rochoso composto por arenito e basalto, com profundidade média entre 1,5m e 2m, um solo arenoso, bem drenado, aliado à pouca precipitação, aspectos favoráveis ao cultivo da videira (BORGES e CARDOSO, 2006).

As características edafoclimáticas da região da Campanha favorecem a produção de uvas de qualidade para produção de vinhos finos. Esta região apresenta-se com solos bem drenados e com topografia pouco ondulada, permitindo assim a mecanização da cultura (IBRAVIN, 2009). Guerra et al. (2009), confirma que a região da Campanha Gaúcha tem características de topografia plana que permitem a produção de vinhos finos de excelente qualidade.

O clima da região é favorável, contando com grande incidência solar que permite contribuir agregando mais cor, aroma e sabor do vinho. Invernos rigorosos também são benéficos para as uvas, pois faz com que as mesmas entrem em pleno estado vegetativo refletindo-se na produtividade e qualidade do produto final (IBRAVIN, 2013).

Outro fator favorável é que, nesta região, a variação da temperatura diária com dias quentes e noites frescas possibilita uma maturação mais lenta da uva, o que faz com que o teor de açúcar e também os polifenóis, que são antioxidantes naturais presentes na uva, sejam elevados (SOUZA et al., 2006).

Em termos de indústria, conforme Engelmann (2009), a região começou a se desenvolver através da implantação da vinícola Almadén na Região na década de 70, esta mudança ocorreu de forma a

introduzir aos produtores da Região uma diversificação de renda e atividades, tendo em vista que os municípios da Campanha Gaúcha têm tradição na produção de bovinos de corte e produção orizícola.

A introdução da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul, para Engelmann (2009), passa ser um fator de desenvolvimento para o setor. Neste sentido, a atividade passa a se desenvolver e ser uma alternativa para a diversificação de atividades e melhoria na renda, em uma região predominantemente agropecuária.

A vitivinicultura é uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil. Nos últimos anos, tem se tornado importante, também, na geração de emprego em grandes empreendimentos, que produzem uvas de mesa e uvas para processamento (MELLO, 2011).

Flores et al. (2010) apontam que a região da campanha vem desenvolvendo uma identidade com a vitivinicultura. Conforme os autores, os principais fatores que sustentam essa análise são:

-Expansão da Serra Gaúcha para a Campanha: tem se dado com empresas tradicionais da Serra, com a integração de produtores locais no fornecimento de uva e com aquisição de unidades produtivas, em 1995 a Vinícola Livramento Ltda. foi adquirida pela Cooperativa Aliança e, no final de 2009, a Almadén passou para o controle do Miolo Wine Group. Outra forma é a migração de produtores para a Campanha ou profissionais especializados destinados a trabalhar nas empresas locais.

-Produtores independentes: a região já conta com mais de 150 produtores de uvas viníferas, que compõe um grupo heterogêneo, formado por pequenos produtores.

-Novos empreendedores: empresários e profissionais liberais locais que decidiram empreender; empresas jovens para vitivinicultura, lançando seus primeiros vinhos; em sua maioria, possuem outros negócios e “diversificam” com vitivinicultura. Foco em vinhos finos e qualidade; gestão profissional profissionalizada, mas com bastante participação da família do empreendedor; relação de emprego formal.

-Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha: os atores locais estão se organizando e formaram a Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha, liderados pelo SEBRAE; estão trabalhando a marca comum “Vinhos da Campanha”. A Associação tem como objetivo a busca da Indicação Geográfica para a região, além do desenvolvimento do enoturismo.

-Associações Locais: os produtores dos municípios começam a se organizar em associações dedicadas aos produtores de uva nos

municípios de Quaraí, Santana do Livramento e Uruguaiana. No município de Bagé ocorre a presença de associação destinada à fruticultura de clima temperado. É interessante observar que as associações estão se convertendo em cooperativas para vinificação, o município precursor foi Uruguaiana, cujo exemplo está sendo seguido por Livramento (com projeto já em execução) e Bagé.

- Região no contexto nacional: com a formação da Associação, a região passou a ter participação mais efetiva em instituições de caráter nacional, como o IBRAVIN.

2.6 Aspectos históricos da vitivinicultura no RS

Considerando os aspectos históricos e econômicos, o plantio de uvas na Região da Campanha Gaúcha ainda gera estranhamento, sobretudo para os leigos sobre o tema, caso considerem a colonização italiana e sua fixação na Serra Gaúcha por volta de 1875. Esses imigrantes trouxeram consigo a experiência na produção de vinho e já o fabricavam dez anos após sua chegada na colônia. A colonização do Rio Grande do Sul com imigrantes italianos lançou, com isso, a base para a formação da indústria vitivinícola brasileira (MELLO, 2007).

As castas de uvas européias, *Vitis vinifera*, segundo a autora acima, não se adaptaram às terras brasileiras, tendo em vista as pragas tropicais e as variações de temperaturas, sendo substituídas pela variedade de tipo Isabel ou Isabella. Essa variedade adaptou-se muito bem, conquistando, dessa maneira, os parreirais nacionais. Todavia, ao considerarmos a produção de vinhos, temos que destacar que a variedade Isabella não era a uva mais adequada para vinhos de guarda e envelhecimento, tendo em vista o gosto amargo gerado durante a fermentação. Foram os próprios colonos italianos que, com a crescente produção e comercialização de vinho, reintroduziram outras castas *Vitis vinifera* no Rio Grande do Sul. Mas, para que isso fosse possível, tanto a iniciativa privada como o governo passaram a dar atenção à necessidade de formação profissional na área da uva e do vinho. Assim, em 1891, foi fundada a Escola de Agricultura e Viticultura em Taquari, além da primeira estação Agronômica Experimental em Porto Alegre, em 1899. Além disso, em 1920, por iniciativa governamental, houve a criação da Estação Experimental de Viticultura e Enologia (EEVE), em Caxias do Sul (MELLO, 2007).

Na década seguinte, conforme a autora em 1931, a ideia de cultivar uvas europeias ainda era exceção. A EEVE enfrentava o desafio

de mudar hábitos e conceitos, pois já existia uma enologia moderna, totalmente diferente das práticas trazidas pelos imigrantes.

O primeiro sucesso nacional advindo de vinhos varietais foi o vinho Granja União, em 1938. Este vinho foi elaborado em Flores da Cunha com uvas advindas de área inicial de cem hectares de produção de viníferas europeias. A uva Isabella passou a ser utilizada para a confecção de sucos de uva. As indústrias familiares desmontaram e novas foram abertas. O mercado de vinhos efervescia e toda produção era vendida. Esse sucesso foi atingido em 1970, década que inaugurou um novo marco na história vinícola nacional, haja vista o reconhecimento mundial do Brasil como um país potencial para o vinho, causando o ingresso de multinacionais vinícolas como Martini & Rossi, Moët & Chandon, Maison Forestier, Heublein e Almadén (MELLO, 2007).

De fato, no caso brasileiro, a vitivinicultura inicialmente centrou-se na Serra Gaúcha, mas desde a década de 1970 vem ampliando suas fronteiras para a Região da Campanha, especialmente em Santana do Livramento, porém, a partir do final da década de 90 e início dos anos 2000 houve um aumento expressivo nos investimentos e plantios de videira para vinhos finos.

Desde a década de 1930 já havia registros de cultivo da uva em Alegrete, Uruguaiana e Bagé (LONA, 2006). No entanto, o fortalecimento e o estabelecimento de bases para a vitivinicultura na Campanha Gaúcha ocorreram concomitantemente ao período de expansão e a modernização da produção gaúcha de vinho, principalmente a partir do ingresso de empresas multinacionais na Serra Gaúcha na década de 1970. Na Campanha Gaúcha, o Grupo americano National Distiller investiu mais de U\$ 30 milhões em um projeto vinícola localizado no Cerro Palomas em Santana do Livramento, em 1976. A estratégia adotada pelo grupo baseou-se na importação das cepas para cultivar, de uma só vez, setecentos hectares de vinhedos além da construção de uma moderna cantina (ENGELMANN, 2009).

Cabe destacar que a instalação dessa indústria baseou-se em estudos realizados pela Universidade de Davis (Califórnia), Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e Secretaria da Agricultura do Rio Grande do Sul, concluindo, em 1973, que as Microrregiões da Campanha e do Sudeste do Estado Gaúcho possuem as melhores características para o cultivo de viníferas nobres europeias (FERREIRA, 2005).

Diferentemente da Serra Gaúcha, que concentra a produção na pequena propriedade, a vitivinicultura instalada em Santana do Li-

vramento é calcada na agricultura capitalista, utilizando-se de tecnologia, grandes capitais e grandes áreas de cultivo, onde é possível utilizar mecanização e métodos de cultivo e manejo diferenciados, gerando ganhos de escala (DIAS, 2007).

Esta atividade produtiva trouxe consigo uma nova racionalidade, baseada no mercado e na competitividade. De acordo com a pesquisa realizada por Ferreira (2005), as características edafoclimáticas foram as principais motivações dos agentes econômicos para a instalação na Campanha Gaúcha. Trata-se de critérios competitivos valorizados pelos empresários para competir no mercado e dizem respeito a custo, confiabilidade na entrega, flexibilidade, qualidade e inovação (ENGELMANN, 2009).

A indústria vinícola, para este autor, diferentemente da pecuária extensiva, caracteriza-se pelo poder de agregação de valor da produção, seja pelo incremento de novos produtos, seja pela variedade da produção de vinhos a partir de variadas castas de uvas, seja ainda pela crescente tecnologia envolvida na produção de vinhos com qualidade e quantidade. Atualmente, a produção vitivinícola na metade sul está expandindo sua participação na produção gaúcha de vinhos finos e vem contribuindo para a transformação da paisagem regional.

2.7 Terroir e sustentabilidade

O termo “*terroir*” denota interação entre meio natural e fatores humanos, onde pode ser incluída a escolha das variedades, os aspectos agrônômicos e de elaboração dos produtos, entre outros (TONIETTO, 2007). Essa palavra foi adotada sem tradução pelos países signatários da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV). O terroir vitivinícola refere-se a um espaço sobre o qual se desenvolve um saber coletivo de interações entre um meio físico e biológico identificável e as práticas vitivinícolas aplicadas, que conferem características distintas aos produtos originários desse espaço, englobando características específicas de solo, topografia, clima, paisagem e biodiversidade (OIV, 2008).

A constituição de um terroir implica fatores simbólicos e subjetivos na relação com a terra, envolvendo ação de uma coletividade social, suas relações familiares e culturais, tradições de defesa comum, solidariedade e exploração dos produtos (BARHAM, 2003). É um misto de fatores naturais e humanos, incluindo aspectos intangíveis.

Terroir é um misto de fatores naturais e humanos, incluindo as-

pectos intangíveis. Como explica Barham (2003), o *terroir* remete a fatores simbólicos e subjetivos na relação com a terra, envolvendo ação de uma coletividade social, suas relações familiares e culturais, tradições de defesa comum, solidariedade e exploração dos produtos (BARHAM, 2003).

Ao se relacionar *terroir*, sustentabilidade e a produção de uvas e vinhos, o debate se configura em torno do termo “vitivinicultura sustentável”. Para a OIV, a definição de 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, 2008).

No ano de 2008, a OIV adotou um guia de aplicação do conceito de sustentabilidade para o setor vitivinícola, abordando, sobretudo, aspectos ambientais. Anteriormente, a organização já havia lançado guias para rastreabilidade e boas práticas. A organização prevê a complementação da metodologia em novos guias, que englobem outras dimensões da sustentabilidade. O atual guia, considera que a implantação de programas de vitivinicultura sustentável deve começar na condução do vinhedo em direção ao restante do processo produtivo, envolvendo os aspectos: (i) escolha do local; (ii) biodiversidade; (iii) escolha das variedades; (iv) resíduos sólidos; (v) gestão do solo; (vi) utilização de energia; (vii) gestão da utilização da água; (viii) qualidade do ar; (ix) efluentes; (x) utilização das áreas de entorno; (xi) gestão de recursos humanos; (xii) utilização de agroquímicos.

2.8 Cadeia produtiva da vitivinicultura

A cadeia produtiva é uma representação de todo o esquema de produção de um determinado produto, tudo o que está relacionado desde sua produção até a comercialização do mesmo (ANDRADE, 2002). Neste conceito estão incluídos vários setores da economia, fluxo de mercadorias, matéria prima, produção vegetal, fluxo de bens, entre outros. Em outras palavras, uma cadeia produtiva representa o conjunto de todas as operações comerciais e financeiras para a produção e distribuição de um produto.

Cadeias produtivas são uma sucessão de etapas ordenadas que

compreendem a produção de bens em todas as suas fases. Toda cadeia apresenta cinco elos fundamentais: insumos, produção, processamento, distribuição e consumidor final (ARAÚJO, 2010).

De acordo com Batalha e Silva (2007), uma cadeia produtiva representa um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação, um fluxo de troca situado de montante à jusante, entre fornecedores e clientes.

A fruticultura e cadeias afins têm algumas peculiaridades que as diferenciam das demais cadeias agropecuárias. Uma característica específica da cadeia frutícola é capacidade de alta produtividade em menores áreas, comparadas com outras culturas. Outras características da atividade são: intensiva em mão de obra e principalmente pelas características dos produtos como a perecibilidade; necessidade de maior organização entre a produção e comercialização, pois, devido à sua alta perecibilidade, se não há uma adoção de determinadas tecnologias como a transformação (beneficiamento) e/ou refrigeração, não é possível a estocagem do produto por longos períodos, mantendo a qualidade do produto (BRAGA et.al, 2009).

Brasil (2007) aponta uma série de características específicas da cadeia da fruticultura que podem influenciar na competitividade de mercado, caso não haja uma observação atenta e contorno destas questões. Dentre estas questões é válido ressaltar a forte presença de agricultores familiares e elevada relação trabalho/capital, um número elevado de cooperativas e associações de produtores, flutuações acentuadas de preços associadas à sazonalidade e calendários de produção diferenciados entre os hemisférios Norte e Sul e até mesmo no interior do País, comércio com grande número de países produtores, envolvendo muitas empresas importadoras e exportadoras.

A cadeia produtiva da uva para produção de vinhos finos está em alta no Brasil, devido ao fato de o país apresentar um grande potencial para tal finalidade e ser considerado uma das melhores regiões do mundo para produção de vinhos finos e espumantes devido a suas condições edafoclimáticas (MELLO, 2011).

Na próxima página consta a cadeia produtiva da vitivinicultura na campanha gaúcha com base na visão do autor desta obra (Figura 3).



Figura 3. Fluxograma representativo da cadeia da vitivinicultura da Campanha Gaúcha. Elaborado pelo autor deste livro.

Segundo Souza (2001), a vitivinicultura, como qualquer outra cadeia, apresenta gargalos. Dentro dos mesmos está a importação de mudas que se torna fator relevante na questão capital disponível, podendo o produtor demorar a ter o retorno financeiro do investimento. Além disso, outro gargalo está atrelado à instabilidade do preço pago aos produtores de uvas que repassam seu produto final fazendo com que a lucratividade do produtor seja menor.

Ainda segundo o autor, outro gargalo bastante relevante para a cadeia é a parte logística, pois isso tem comprometido a qualidade do produto que chega até o processamento, fazendo com que a qualidade do produto baixe e consequentemente a lucratividade do produtor.

A análise de uma cadeia produtiva para Triches e Zorzi (1999) deve considerar diversos fatores, dentre os quais destacam-se: (i) fatores relacionados à macroestrutura em que a cadeia está inserida, os condicionantes impostos por esta macroestrutura; (ii) diversos tipos de processos que ocorrem no interior das cadeias como compras e vendas, troca de informações, estabelecimento e repactuação de acordos e normas de conduta; e (iii) comportamentos dos agentes formadores da cadeia bem como as organizações estritamente associadas. Dessa forma, o estudo das cadeias é desenvolvido sob a ótica da integração das atividades de insumos e produtos, tendo em consideração sempre o conhecimento e a dimensão de mercados estratégicos. Tal fato permite a busca do de-

envolvimento articulado entre agentes privados, governamentais e de ciências e tecnologia, visando à geração de maior valor agregado.

A análise de uma cadeia produtiva permite ainda visualizar as ações e inter-relações entre todos os agentes que a compõem e dela participam. O mais importante no estudo de uma cadeia é a compreensão das funções e inter-relações entre os diversos segmentos e agentes que a compõem. Entendida assim e compreendido o funcionamento da mesma, há melhor possibilidade de êxito nas ações, atuações e intervenções dos agentes que dela participam (ARAÚJO, 2009; 2010).

Segundo Araújo (2009), ao analisar a cadeia produtiva de qualquer produto agropecuário visualizam-se todas as ações e agentes que a compõe e participam da produção do mesmo e todas as suas inter-relações; em outras palavras é um conjunto de etapas consecutivas destinadas a produção de um produto, desde a produção até a comercialização.

De acordo com pesquisa efetuada pelo Ministério da Integração Nacional, em conjunto à Secretaria das Desigualdades Regionais do estado do Rio Grande do Sul, e sob execução da OCERGS, os efeitos da crise refletem-se sobre a sociedade, a qual mostra seu anseio por melhorias das condições de vida (OCERGS, 2003).

Nesta pesquisa, a população da metade sul do estado, e também aquela mais específica ao objeto do trabalho (Região da Campanha), apontaram o desemprego como a principal fragilidade da região (25% e 26% do total, respectivamente), seguido pelos serviços de infraestrutura (23% e 26% do total, respectivamente). Ressalta-se que a falta de gestão estratégica do desenvolvimento é apontada logo a seguir (com 19% e 20% do total, respectivamente). Na pesquisa ainda são apontadas como perspectivas de solução para as regiões mencionadas, primeiramente o aumento da capacidade de trabalho e renda (47% e 39%, respectivamente) e logo após, novamente cabendo analogia da relação causa-efeito, a necessidade de mudança da matriz produtiva (29% e 36% respectivamente).

Esta situação aponta para a necessidade da busca por alternativas produtivas que permitam ao agricultor manter-se no campo e em condições de sobreviver. Assim, começam a surgir, mediante a implantação de Projetos de Desenvolvimento, ainda que de forma incipiente, iniciativas que visavam à diversificação produtiva na região da Campanha. Dentre estas iniciativas, cabe citar o Programa de Fruticultura Irrigada da Metade Sul do RS (PDFIMS/RS) e o Programa Estadual de Fruticultura (PROFRUTA/RS), e seu papel na articulação das mais diversas iniciativas surgidas na região alvo do estudo e relacionadas à fruticultura (RATHMANN et al., 2008).

2.9 Análise Swot da cadeia produtiva

A análise SWOT é formada por quatro palavras chaves (HELMS; NIXON, 2010), Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças), sendo demonstrada no formato 2x2 (Tabela 2), onde são apresentados os pontos favoráveis, desfavoráveis, as ameaças e as oportunidades do objeto em análise.

Tabela 2: ESQUEMA BÁSICO DA ANÁLISE SWOT

Pontos Favoráveis	Ameaças
Pontos Desfavoráveis	Oportunidades

FONTE: ADAPTADO DE HELMS E NIXON (2010).

Com base na análise SWOT, os gestores podem entender melhor como pontos fortes podem ser aproveitados para perceber novas oportunidades e compreender como as fraquezas podem retardar o progresso ou ampliar as ameaças da organização. Além disso, é possível postular caminhos para superar as ameaças e as fraquezas ou futuras estratégias (HELMS e NIXON, 2010).

A utilização da análise SWOT, como ferramenta de diagnóstico, já se consolidou nos mais diversos ramos de atividade. No ramo agroindustrial e de propriedades rurais, observaram-se resultados satisfatórios em relação ao diagnóstico das unidades presentes nesses setores (PARISE, 2010).

A partir da análise SWOT da cadeia da vitivinicultura na região da campanha será possível visualizar gargalos e pontos favoráveis, destacando-se as ameaças ao desenvolvimento da cadeia e a definição das perspectivas e oportunidades futuras.

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Apresentação da região de estudo

A Campanha Gaúcha situa-se na Mesorregião Sudoeste Rio-grandense, na qual se podem perceber os gêneros de vida mais típicos do Brasil, simbolizado pelo gaúcho, o qual é responsável por códigos culturais e uma economia singular neste recorte espacial do estado gaúcho. Denomina-se de Campanha Gaúcha as regiões fronteiriças e centrais do Estado do Rio Grande do Sul, popularmente conhecida como “fronteira”. Uma de suas principais características é a topografia levemente ondulada do pampa, de suaves colinas e, também, das coxilhas, com vegetação de gramíneas, quase uniforme, as quais completam o quadro natural, atribuindo grande importância para a economia da região por fornecer uma das melhores pastagens naturais do país, o que justifica a consolidação da pecuária como principal atividade econômica deste recorte regional (ALVES e BEZZI, 2012).

Conforme o IBGE (2013), esta Mesorregião (Figuras 1 e 2, página 8) é composta pelas Microrregiões Geográficas da Campanha Ocidental, Central e Meridional, constituindo uma região que alia, sob a ótica da cultura, a política com a formação de lideranças regionais e na economia através da coexistência da pecuária extensiva tradicional e da inserção de novos atores econômicos, que marcam a influência do capital na Mesorregião como um agente que “tenta” romper as barreiras impostas por tradições seculares.

A região da Campanha Gaúcha está localizada no chamado Paralelo 31° Sul, mesma latitude de países como Austrália, Nova Zelândia, África do Sul, Chile, e Argentina, todos países do novo mundo vitivinícola (POLLNOW et al., 2013).

A pesquisa foi conduzida na Microrregião em que estão incluídas as cidades: Aceguá, Pedras Altas, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Herval, Hulha Negra, Quaraí e Santana do Livramento denominando-se Microrregião Fronteira Uruguai (Figura 2, página 8).

3.2 Caracterização da Campanha Gaúcha

Vegetação

Na Região da Campanha, de acordo com Girardi-Deiro e Gonçalves (1983) predomina uma vegetação do tipo campestre, formada prin-

principalmente por gramíneas, compostas e leguminosas. Entretanto, como consequência das diversificações de relevo e tipos de solo ocorrem variações nesta formação campestre. Existem campos finos, compostos por espécies herbáceas de alto valor forrageiro, campos médios, compostos por espécies herbáceas de valor forrageiro alto e outras de baixa qualidade. Campos sujos, compostos, na sua maioria por espécies de baixa qualidade forrageira, associado a algumas espécies arbustivas. De um modo geral, a vegetação arbustiva é rala, formando caponetes isolados nos campos. As principais espécies que ocorrem são: vassoura vermelha (*Dodonaea viscosa*), capororoca (*Myrsine umbellata*) aroeira do campo (*Lithraea brasiliensis*), taleira (*Celtis tala*), vassoura (*Baccharis* sp.), araçá (*Psidium* sp), pitangueira (*Eugenia uniflora*), camboim (*Eugenia* sp.) e outras espécies de Myrtaceae de caule retorcido.

Os mesmos autores acrescentam que, quando existem condições de umidade favoráveis, como nas encostas úmidas e cursos d'água, a vegetação inclui árvores altas como o cedro (*Cedrela fissilis*), caneleira (*Nectandra* sp.), açoita cavalo (*Luehea divaricata*) e camboatá (*Cupania vernalis*). Existem também matas de galeria, ao longo dos principais cursos d'água.

Um aspecto marcante da fisionomia da Estepe, característica da Campanha, segundo Leite e Klein (1990), é a grande uniformidade do relevo, o que condiciona a formação de uma cobertura vegetal tipologicamente simples. Na sua imensa maioria, a Estepe compreende uma formação Gramíneo-Lenhosa típica, destituída de aglomerados arbustivos-arbóreos significativos. Estes, quando ocorrem, estão associados aos acidentes mais pronunciados do terreno e/ou aos microambientes mais bem dotados e/ou mais protegidos dos ventos.

A Campanha Gaúcha é constituída por uma superfície plana e igual que, por causa de sua enorme extensão e seu aspecto uniforme, apresenta uma vegetação constituída basicamente por gramíneas (10 a 50cm de altura), formando um tapete que recobre o relevo suave (coxilhas). As árvores de médio e grande porte são quase ausentes desse sistema e as espécies herbáceas (arbustos ou gramíneas) que existem na região podem aparecer em tufos dispersos, deixando exposto e desprotegido o solo, que recebe da umidade oriunda da vegetação, e uma importante quantidade de matéria orgânica, pois é muito pobre em nutrientes (FERNANDES, 1998).

Este mesmo autor salienta ainda que, de todas as regiões naturais do Rio Grande do Sul, a Campanha é a que mais ostenta o caráter de Pampa, pois a vegetação silvática maciça só aparece na borda setentrional, deixando todo o resto à flora graminácea, sulcado por tênues

matas de galeria. Segundo o ponto de vista de alguns autores, fisiograficamente constitui-se num setor particular brasileiro, cujas formações campestres se aproximam das estepes russas, sendo apenas interrompidas pela vegetação florestal em certos pontos.

Solo e relevo

Os solos da região da campanha possuem acidez excessiva e são compostos por um tipo de argila fina tão fortemente ligada que só com muita dificuldade absorve água. Também ocorrem solos argilosos com pedregulhos que fornecem à vegetação um solo muitas vezes duro e pouco permeável que depois das chuvas seca rapidamente. A topografia suave com pouca declividade deixa o chão sem abrigo contra a insolação e os ventos, permitindo ao mesmo tempo uma rápida secagem pelo escoar da água. A região possui relevo aplainado a ondulado e dominância de solos derivados dos derrames basálticos e de diversas formações litológicas sedimentares. Revestindo estas feições geomorfológicas desenvolvem-se as formações campestres classificadas pelo Projeto RADAMBRASIL como Estepe (LEITE e KLEIN, 1990).

Clima

Conforme Girardi-Deiro e Gonçalves (1983), o clima da região da Campanha do RS., corresponde, na classificação de Köppen, ao mesotérmico tipo subtropical úmido, da classe Cfa, com chuvas regularmente distribuídas durante o ano. A precipitação média anual é de 1.350mm, com uma variação de 20%. A distribuição desta precipitação durante o ano se situa em torno de 34% no inverno, 25% na primavera, 25% no outono e 16% no verão. A temperatura média anual é de 17°C, sendo a média do mês mais quente (janeiro) de 24°C e do mês mais frio (junho) de 12,5°C. As temperaturas extremas são de -4°C e 41°C. A formação de geadas ocorre de abril a novembro, com maior incidência de junho à agosto. A umidade do ar oscila entre 75% a 85%. Os ventos predominantes são Sudeste e Nordeste.

3.3 Etapas da pesquisa

O trabalho foi dividido em duas etapas: na primeira foi conduzida uma pesquisa de campo. Na segunda etapa, realizou-se uma análise SWOT com base nas respostas da pesquisa de campo (Apêndice 1).

3.4 Amostra estudada

Foram pesquisados dezesseis vitivinicultores pertencentes aos municípios de Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Pedras Altas e Santana do Livramento (Tabela 3). Todos os entrevistados são vitivinicultores pertencentes à região da Campanha do Rio Grande do Sul - Sub-divisão Fronteira Uruguai. Os produtores investigados foram obtidos ao acaso, a partir de uma lista de produtores fornecida pela Associação dos Produtores de Vinhos da Campanha Gaúcha (2013).

Tabela 3: Número total de produtores entrevistados, conforme município (Associação dos produtores de vinho da Campanha, 2013).

Município pesquisado	Entrevistados
Bagé	10
Candiota	1
Dom Pedrito	3
Pedras Altas	1
Santana do Livramento	1
Total	16

FONTE: DADOS DO AUTOR.

A seleção e contato dos produtores que fizeram parte da pesquisa contou com a colaboração das Associações de Vitivinicultores e Fruticultores dos municípios pesquisados visando levantar questões gerais e de ordem logística para a realização da pesquisa.

Como critério de seleção, priorizou-se os produtores que apresentavam diferenças em relação à área cultivada, técnicas de cultivo, variedades, formas de comercialização da fruta, que tivessem um mínimo de organização para que as informações pudessem ser levantadas e que mostrassem interesse em participar da pesquisa.

Os dados foram coletados de maio a dezembro de 2013, a partir da elaboração e aplicação de questionários. O método utilizado para obter os dados foi a entrevista presencial e semi-estruturada, aplicada a uma amostra de 16 produtores (Tabela 3). Visando atender aos objetivos listados no projeto, inicialmente, foi realizado um pré-teste, para melhor adequação dos questionários.

3.5 Pesquisa de campo

A pesquisa de campo ou levantamento caracteriza-se pela indagação sobre determinada sociedade, comunidade, instituição ou grupo social. As técnicas utilizadas são as observações controladas, entrevistas, questionários ou formulários (GONÇALVES, 2005).

As pesquisas do tipo levantamento ou de campo fundamentam-se na interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obter-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (LEAL e SOUZA, 2006).

Nesta pesquisa foi utilizada a técnica da entrevista com questões estruturadas e semiestruturadas. Os pontos abordados na pesquisa de campo foram os seguintes: ano de início do cultivo, sistema de produção, área cultivada, produtividade média, variedades cultivadas, gargalos observados, razões para investir na vitivinicultura, mão de obra, manejo de pragas e doenças, comercialização, destino da produção, assistência técnica, concorrência com produtos importados, impostos e obtenção de financiamentos. A ficha de entrevista completa consta no Apêndice 1.

3.6 Análise Swot da cadeia da vitivinicultura

Com base nas respostas das entrevistas feitas com os produtores, foi realizada uma análise SWOT da cadeia da vitivinicultura, definindo-se os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças ao agronegócio regional.

3.7 Análise e apresentação dos dados

Os dados das entrevistas estão apresentados em gráficos elaborados no Softwar Excel 2010. A análise dos gráficos, para os dados objetivos, é quantitativa. Para os dados subjetivos foi feita uma análise qualitativa dos mesmos, apresentando-se esses resultados como texto na discussão dos dados das respectivas Figuras.

Para a análise SWOT, foram definidos, com base nas entrevistas, os principais pontos fracos, os fortes, as ameaças e as oportunidades à cadeia da vitivinicultura na região da Campanha do Rio Grande do Sul que serão apresentadas na figura 15.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Pesquisa de campo

Conforme a Figura 4, verifica-se que, dos 16 produtores entrevistados, 8 (50%) iniciaram o plantio da videira em 2002, os demais começaram a cultivar em 2000, 2001, 2003 e 2004.

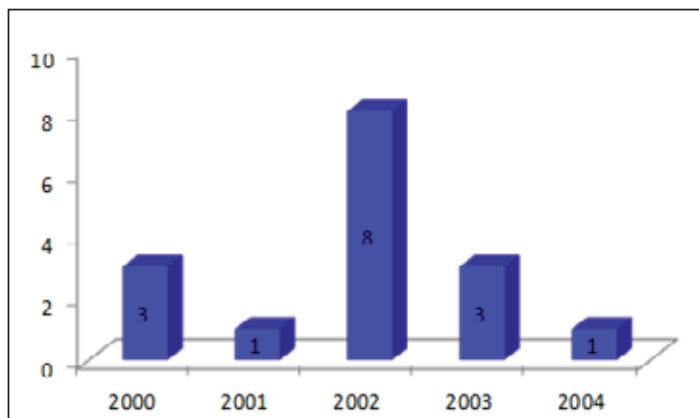


Figura 4 - Ano de início do cultivo de videiras, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

O início do século XXI foi um período de grande incentivos públicos ao cultivo de videiras para vinhos finos na região. Isso ocorreu devido a um período de redução das margens de lucros, baixos preços e aumento nos custos de produção na pecuária e na cultura do arroz, com isso, os produtores passaram a procurar novas opções, principalmente de culturas perenes, que pudessem dar um melhor suporte financeiro às propriedades como alternativa aos cultivos e criações tradicionais. Nesse sentido, no final da década de 90 e início dos anos 2000 houve grande interesse tanto por parte de pequenos, médios e grandes produtores, como de profissionais liberais, em investir na cultura da videira na região.

Conforme a Figura 5, 13 (81%) propriedades cultivam a videira em até 15ha, duas propriedades (12,5%) possuem cultivos que situam-se entre 15 e 25 hectares e apenas 1 (6,5%), possui área maior que 25 hectares.

Anzanello (2012), em pesquisa conduzida no RS, observou que a maioria das propriedades analisadas com o cultivo da videira possuíam até 30ha.

É possível que as principais razões para o tamanho reduzido da maioria das áreas destinadas à videira, na região da Campanha, seja uma apos-

ta inicial dos produtores tradicionais de arroz e pecuaristas na diversificação de suas atividades bem como a compra de pequenas áreas por profissionais liberais para investirem suas rendas em um novo e promissor cultivo na região. Assim, a cultura da videira vem se constituindo em excelente opção de renda para pequenos, médios e grandes produtores da região que anteriormente não possuíam nenhum conhecimento técnico sobre a espécie.

Outra provável explicação é que a cultura demanda, em determinadas épocas, grande mão de obra e uso tecnológico, sendo, portanto, desenvolvida em pequenas áreas, o que facilita o manejo, minimiza custos de produção e otimiza os ganhos.

Após a data de realização da pesquisa (2013), alguns produtores incorporaram novas áreas de cultivo, o que, provavelmente, tenha elevado o número médio de hectares cultivados por produtor.

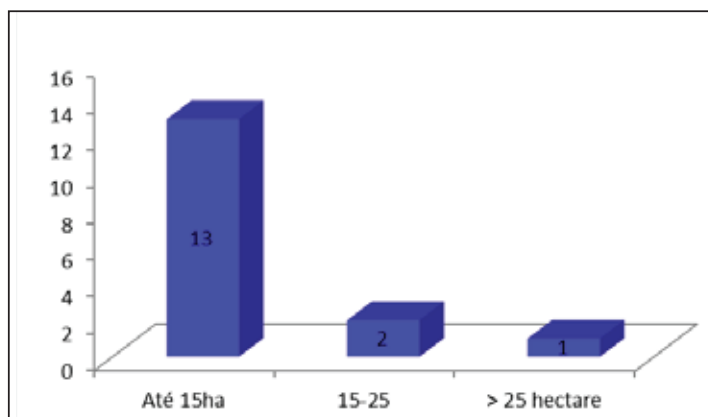


Figura 5 - Área cultivada de videira na safra 2012/2013 na região da Campanha do Rio Grande do Sul, conforme os produtores entrevistados.

O rendimento médio por hectare (Figura 6) tem sido de 10t/ha, para 13 entrevistados (81%) e de 8t/ha para 3 produtores (19%).

Em pesquisa sobre a vitivinicultura no Rio Grande do Sul, Anzanello (2012) verificou que a produtividade média foi de 9,6 toneladas/ha, sendo maior nos municípios localizados na metade Norte (10,4t/ha) em comparação à Metade Sul (5 t/ha). Essas diferenças de produtividade média ocorrem em função da variedade, sistema de condução utilizado, nível tecnológico e condições edafoclimáticas.

Com o incremento nas técnicas de cultivo e a utilização de novas cultivares, tem se obtido nos anos posteriores à data de realização da pesquisa, rendimentos superiores à 10 toneladas/ha.

Os dados aqui apresentados mostram, portanto, uma excelente produtividade média para o cultivo da videira na campanha Gaúcha, comparando-se com a média do estado, o que demonstra, mais uma vez, tanto as excelentes condições edafoclimáticas desta região como a aplicação adequada das melhores técnicas de manejo e condução da cultura.

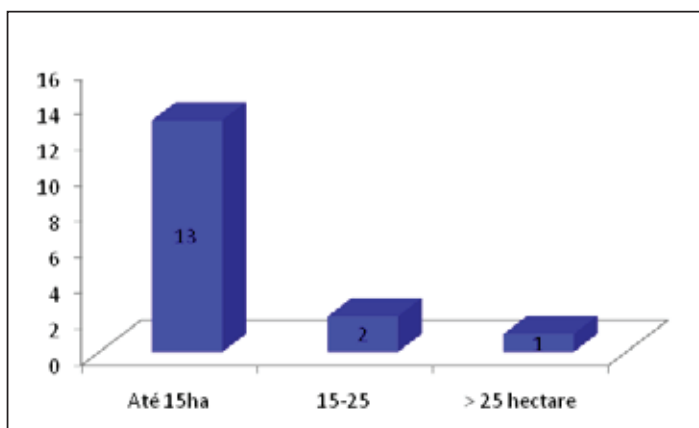


Figura 6 - Produtividade média da cultura da videira para vinhos finos, em quilogramas por hectare, segundo os produtores entrevistados.

A Figura 7 apresenta os principais varietais cultivados pelos produtores da região da Campanha. Destacam-se a varietal Chardonnay com 8 citações, Tannat, Merlot, Sauvignon Blanc e Cabernet Sauvignon com 6 citações cada e Pinot Noir com 4 citações.

A variedade Chardonnay é uma das mais cultivadas nesta região bem como na metade Norte (Serra Gaúcha), sendo uma das uvas mais demandadas tanto para a produção de vinhos tranquilos como para a fabricação de espumantes. Além disso, conforme os produtores, esta variedade é de fácil manejo e boa comercialização.

As demais variedades citadas encontram-se dentre as mais usadas na fabricação de vinhos tranquilos e espumantes nas vinícolas do Rio Grande do Sul, sendo, portanto, escolhidas para serem cultivadas na região.

As uvas finas ou européias (*Vitis vinifera*) apresentam características próprias para a fabricação de vinhos finos ou de mesa. Possuem baixa resistência às principais doenças da cultura e, por este fato se torna uma produção com custo mais elevados evidenciados pelo maior número de tratamentos e aplicações de defensivos. Porém, estas variedades apresentam uma maior valorização no mercado nacional.

Dentre as principais variedades de uvas finas cultivadas no RS, desta-

cam-se: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Tannat (MANDELLI e MIELE, 2007).

Os produtores entrevistados destacaram que escolhem a variedade a ser cultivada em função da qualidade da uva para vinhos ou espumantes, facilidade de manejo e custos de produção e demanda das vinícolas. Neste estudo, todos os produtores analisados possuem, em média, de 3-6 cultivares nos seus vinhedos.

Além dos variedades anteriormente mencionadas é importante citar ainda, Touriga, Tempranillo, Alvarinho, Viognier, Teroldego, Nebbiolo, Gewurztraminer, dentro outras.

Essa diversificação do número de cultivares tem sido relatada pelos produtores como essencial, pois, desse modo, há escalonamento da colheita, facilidade de manejo e tratos culturais, opções de comercialização, elaboração de diferentes cortes varietais.

Verifica-se na Figura 8 os principais gargalos observados pelos produtores. Dentre estes, pode-se destacar a mão de obra e a comercialização, ambos citados por 5 entrevistados. Estes fatores foram mencionados com frequência pelos produtores que se queixam da falta de mão de obra qualificada principalmente em ocasiões especiais como poda, aplicação de defensivos e colheita.

A contratação de diaristas ou safristas ocorre principalmente para as atividades de desbrota, desbaste dos cachos e colheita, sendo que muitos colaboradores são oriundos da Serra Gaúcha ou mesmo de outros estados.

Em trabalho realizado no interior do estado de São Paulo, Costa et al. (2012) também constataram que a falta de mão de obra qualificada é um dos problemas apontados pelos produtores como fator limitante para expansão da cultura da videira na região. Verifica-se que, embora a atividade seja considerada como uma alternativa para a agricultura familiar, esta tem exigido mão de obra além da disponível pelas famílias.

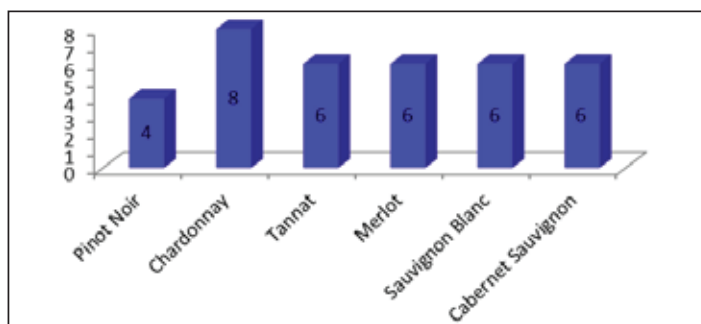


Figura 7 - Principais variedades citadas pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul (em número de citações).

No trabalho de Costa et al. (2012), além da mão de obra familiar utilizada por todos os produtores, o empregado permanente está presente em 57,9% das propriedades na condução das parreiras, seguido por diaristas em 47,36% e 21% dos produtores utilizam somente mão de obra familiar.

A comercialização foi outro ponto bastante destacado nas entrevistas (Figura 8), sendo que um produtor comentou que quem determina o preço é sempre a indústria, e isso ocorre independente da qualidade e diferencial da uva produzida por ele. A provável explicação é que há poucas vinícolas no RS que comprem as uvas viníferas dos produtores da região, estabelecendo um preço único aos produtores, o que se constitui em um oligopólio. Nesse sentido, produtores que possuem vinícolas levam vantagem ao industrializar a própria produção e de outros viticultores da região, agregando, com isso, valor aos seus produtores. Os produtores apontaram ainda os elevados custos de produção principalmente em relação à aquisição de mudas, defensivos e fertilizantes.

Outro ponto mencionado foi o número de impostos cobrados que ainda é considerado alto pelos produtores. Conforme Souza (2001) esse fato ocorre em virtude da concorrência desleal com vinhos finos comprados de países vizinhos, como o Uruguai, Argentina, onde os impostos são bem mais baixos que os do Brasil.

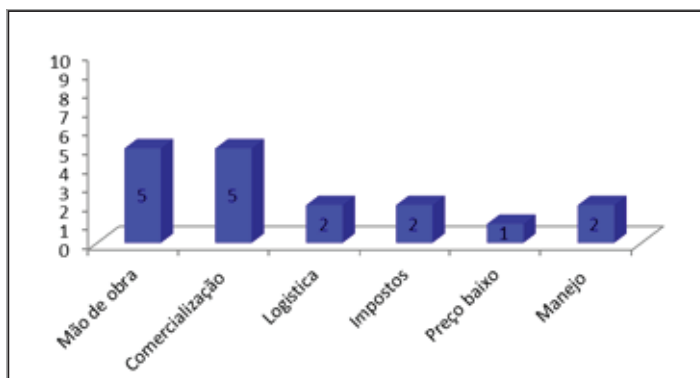


Figura 8 - Gargalos encontrados na cadeia da vitivinicultura, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Em síntese, os produtores da região reclamam do aumento significativo dos custos de produção, a cada ano, entretanto, os preços recebidos pelas uvas pouco ou nada aumentam, o que tem feito diversos produtores a reduzirem a área cultivada com videiras para investirem em agricultura. A médio e longo prazo, caso esse problema não se resolva, poderá levar a uma redução significativa do número de viticultores na região, sobre-

tudo aqueles que não possuem vinícola para industrialização e agregação de valor aos seus produtos, ficando assim à mercê do preço imposto pelo oligopólio das grandes vinícolas.

Os produtores ainda fizeram referência a outros fatores considerados como gargalos, como por exemplo, fatores externos (um produtor citou a dificuldade em controlar a invasão de pássaros em algumas safras) e fatores biológicos (a fase de dormência da videira foi além do tempo ideal em função do clima frio).

Formolo et al. (2011) relata que os principais problemas enfrentados para implementar estratégias de manejo de pragas no cultivo de uvas finas para mesa são a ausência de metodologias confiáveis para o monitoramento e o reduzido número de inseticidas autorizados para a fruta, além da falta de assistência técnica. A ocorrência de pragas e doenças na cultura pode gerar grandes perdas e tornar-se fator limitante à viticultura na região. Nesse sentido, a realização de pesquisas que visem à adequação do correto manejo das diversas pragas e doenças que atacam a cultura é fundamental para viabilização de manejos mais eficientes, com redução de custos e riscos ao meio ambiente.

A Figura 9 apresenta as principais razões pelas quais os produtores iniciaram o cultivo da videira na região da Campanha. É possível destacar a diversificação das atividades e as condições edafoclimáticas favoráveis como razões para os entrevistados iniciarem o cultivo na região. Um produtor ainda apontou que, futuramente, pretende construir uma vinícola.

Brixner (2013) salienta que a vitivinicultura torna-se uma alternativa para as pequenas propriedades familiares, pois fixa a mão de obra familiar na propriedade.

A vitivinicultura inserida dentro da chamada “Metade Sul” do RS é um fator de dinamização das economias locais, visto se tratar de regiões com os piores índices de desenvolvimento econômico do estado, com uma indústria pouco dinâmica e um setor agropecuário pouco diversificado. Assim, a atividade acaba sendo uma das alternativas para a retomada do crescimento e desenvolvimento econômico das referidas regiões (MATTEI e TRICHES, 2009).

Rathmann et al. (2008) observaram uma correlação positiva da produção de uvas e um incremento significativo no PIB do município de Dom Pedrito a partir de 2002. Os autores destacam ainda que a inserção da viticultura na Campanha vem se dando não mediante a eliminação da cultura anterior, mas sim como uma alternativa adicional de geração de renda, o que leva a que o produtor rural não perca a identidade com a atividade produtiva tradicional. Mais do que isso, não fica prisioneiro

de uma cultura única, o que permite alternativas de renda em momentos de crise da cultura, reduzindo o impacto da crise e das sazonalidades inerentes às produções agropecuárias.

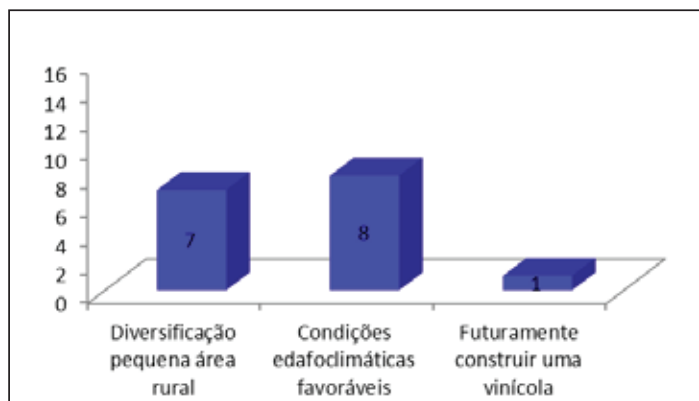


Figura 9 - Principais razões para iniciar o cultivo da videira, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

De acordo com Engelmann (2009), o desenvolvimento da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul passa a ser um fator de dinamismo para a região. Neste sentido, o autor destaca que esta atividade torna-se uma alternativa para a diversificação de atividades e obtenção de renda, em uma região predominantemente pecuária.

A rápida expansão da atividade pode ser atribuída à associação de excelentes características edafoclimáticas para produção e elaboração de vinhos, em meio à crise na atividade pecuária, quebra nas safras de grãos, e, consecutivamente, desvalorização das terras. Além disso, o esgotamento fundiário da Serra Gaúcha, atrelado à necessidade de expansão de investimentos das grandes vinícolas, motivadas principalmente pela conquista do status de Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos, e com forte atuação de instituições de pesquisa e fomento como Embrapa e SEBRAE devem ser conjuntamente vistos como fatores que podem ser atribuídos à expansão da atividade vitivinícola na Campanha Gaúcha (POLLNOW et al., 2013).

É possível que, tanto pelas condições edafoclimáticas favoráveis na região da Campanha, como pelo relevo plano a levemente ondulado, que favorece a mecanização, quanto pela alternativa em diversificar as atividades tradicionais, diversos produtores rurais pequenos, médios ou grandes bem como profissionais liberais interessaram-se em investir na cultura da videira nesta região, nos últimos 15 anos.

A Figura 10 destaca o destino da produção de uvas da região da Campanha. Dos 16 entrevistados, 8 (50%) enviam a produção para Bento Gonçalves, 5 vinificam na propriedade ou próximo a ela, 2 em Santana do Livramento e um em Santa Maria. A predominância de envio da produção para a Serra Gaúcha para serem processadas as uvas explica-se pelo fato de que a maioria dos entrevistados não possui vinificação, necessitando, portanto, enviar a produção para uma indústria. A empresa para onde é transportada a maioria da produção da região é a Salton, em Bento Gonçalves.

Dois produtores afirmaram que sua produção não sofre com problemas logísticos, pois a empresa para qual ele repassa suas uvas fica responsabilizada por buscar o produto na propriedade, mandando transporte adequado. Outros três produtores citaram que o transporte é feito apenas à tardinha-noite em que as temperaturas estão mais baixas. Ainda, outro produtor citou que para levar sua produção até outro município é necessário viajar 17 km de estrada de chão, e quando chove fica praticamente impossível de realizar o transporte.

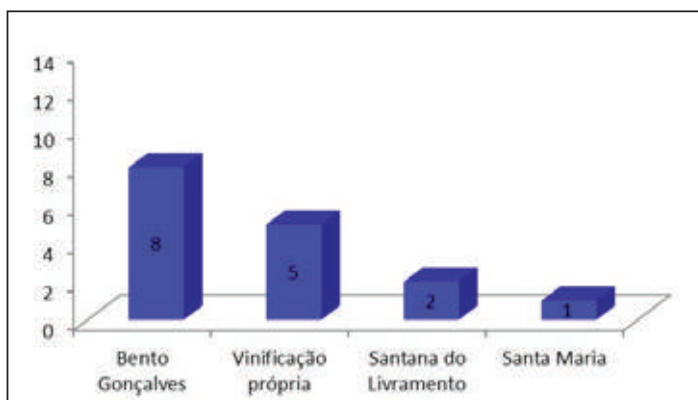


Figura 10 - Destino da produção de uvas, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Outro produtor citou ainda que a logística é um importante gargalo nesta cadeia, ainda mais por estarem localizados longe dos grandes centros, como afirmou Souza (2001). 10 produtores pesquisados comercializam parte da produção nos mercados da região, principalmente Bagé, Dom Pedrito e Santana do Livramento.

Considerando o destino da produção final de uva, foi constatado que, na grande maioria, a produção não fica na sua cidade de origem, sendo encaminhada a outras cidades para fazer a vinificação.

Todos os produtores entrevistados afirmaram ter assistência técnica especializada (Figura 11). Esse fato é altamente positivo e demonstra claramente o caráter profissional com que os produtores estão encarando a atividade na região. A assistência técnica, em toda a atividade agrícola, propicia o uso das tecnologias existentes, adoção de novas técnicas, redução dos custos de produção e assim, acréscimos quantitativos e qualitativos, traduzindo-se por maiores lucros. Na região da Campanha há poucos profissionais das ciências agrárias com atuação específica na assistência técnica dos vinhedos. Ocorre que, geralmente, um único profissional é responsável pela supervisão de diversos vinhedos em cidades próximas.

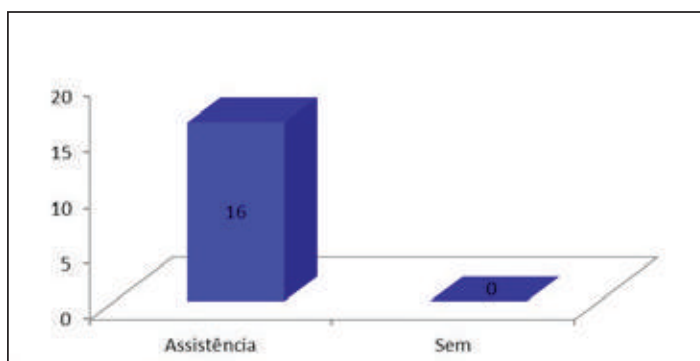


Figura 11 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul entrevistados que possuem assistência técnica.

Em trabalho realizado na região de Jales, SP, Costa et al. (2012) relatam que 84% dos produtores pesquisados não contam com nenhum acompanhamento técnico, enquanto os demais contratam assistência técnica particular. Quando necessitam, os produtores que não têm assistência buscam auxílio técnico na Casa da Agricultura local e nas revendas de produtos agropecuários da região.

De acordo com estimativas de profissionais vinculados a entidades organizacionais, a cadeia vitivinícola gaúcha emprega ao redor de 100 mil pessoas. São trabalhadores vinculados à produção e comercialização de insumos, produtores de uva, vinicultores, além de segmentos que produzem vinhos e outros derivados, profissionais vinculados à distribuição dos produtos, entre outros (MATTEI e TRICHES, 2009).

A maior parte dos profissionais que trabalha na cadeia está ligada à produção de uva (viticultores), onde se estima que no estado do RS exis-

tam atualmente entre 15 e 16 mil propriedades com plantio de vinhedos, distribuídos em cerca de 150 municípios. Esse número extremamente elevado é responsável, entre outros motivos, por colocar a uva como a principal cultura frutífera do estado, tanto em nível de hectares plantados como nos totais produzidos, de acordo com dados da Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica do Estado do Rio Grande do Sul (EMATER/RS, 2004).

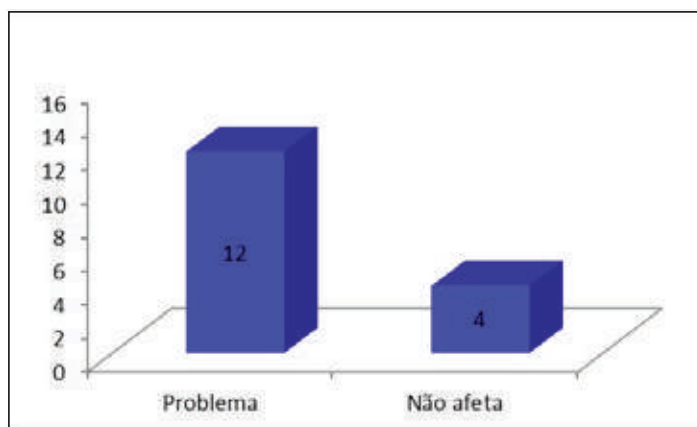


Figura 12 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a concorrência com os vinhos importados.

Observa-se que 12 entrevistados (Figura 12) consideram problema para a cadeia a concorrência com os vinhos importados, enquanto 4 apontaram ser indiferente, pois eles preocupam-se apenas em produzir.

Conforme Souza (2001) em virtude da concorrência desleal com vinhos finos que ocorre na fronteira com o Uruguai, onde os impostos são bem mais baixos que os do Brasil, há prejuízos consideráveis à cadeia da vitivinicultura do RS.

O selo fiscal que se tornou obrigatório no comércio de vinhos vem de modo a controlar esta venda de vinhos importados para que haja tributação dos mesmos, conforme Lopes (2011). Além deste fator outra posição desfavorável levantada pelo autor, foi em relação aos vinhos importados que entram no país de forma ilegal (além da cota limite), para ser vendidos em restaurantes e lojas brasileiras, estes entram no país sem pagar nenhum imposto, por isso os preços comercializados são, geralmente, reduzidos em comparação com os vinhos e espumantes nacionais.

A Figura 13 mostra que 12 entrevistados afirmam desconhecer a existência de incentivos públicos para a cultura da videira, 4 produtores relataram conhecer a existência de incentivos públicos mas que foram especialmente importantes no início do cultivo da videira e atualmente não fazem uso de crédito e/ou financiamentos.

Costa et al. (2012), em trabalho realizado em Jales, SP, mostraram que 74% dos produtores utilizam financiamento, sendo que, destes, cerca de 14% possuem mais de um financiamento. A maioria, ou seja, 64% utilizam recursos do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), 22% utilizam recursos do PROGER (Programa de Geração de Emprego e Renda), 28% optam por financiamento através de empresa privada. Os recursos foram direcionados para custeio de produção, aquisição de trator ou pulverizador.

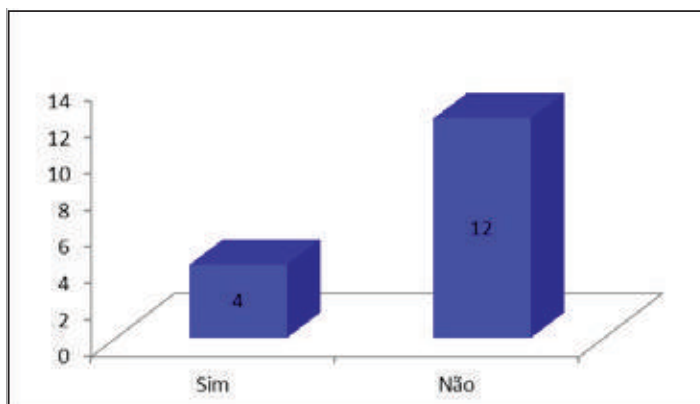


Figura 13 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a existência de incentivos públicos ao cultivo da videira.

A Figura 14 destaca que 100% dos entrevistados (16 produtores) utilizam o sistema de condução em espaldeira na região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Esse sistema de condução apresenta como vantagens: maior insolação, facilidade de mecanização, menor incidência de pragas e doenças e maior qualidade das uvas produzidas (ROSA, 2007, RUIZ, 2011).

Rosa (2007) aponta ainda que a condução em espaldeira pode se constituir em um diferencial para a produção de uvas na Campanha em comparação a Serra Gaúcha, cuja predominância é do sistema em latada.

Os vinhedos de castas finas para vinho, na Campanha Gaúcha, estão sendo implantados em sistema de condução em espaldeiras, adaptados à

mecanização da maioria das práticas culturais, incluindo poda, poda verde e colheita, além das pulverizações (CAMARGO et al., 2011).

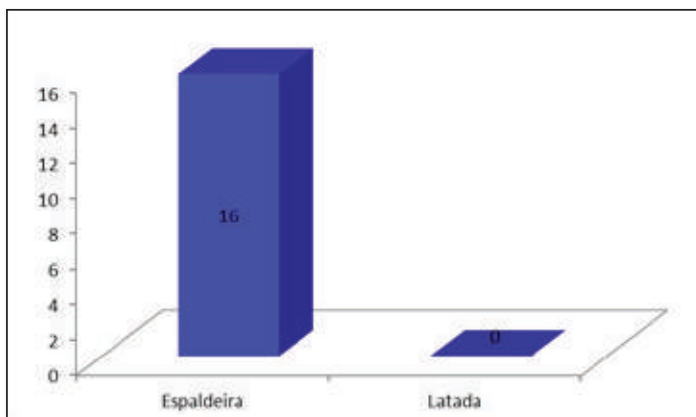


Figura 14 – Sistema de condução utilizado pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

4.2 ANÁLISE SWOT

A partir da pesquisa de campo, são apresentados e discutidos, a seguir, os resultados da análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) da cadeia da vitivinicultura na Região da Campanha do RS. Como pontos fortes foram identificados os seguintes (Figura 15).

<p>PONTOS FORTES</p> <p>Conteúdo em polifenóis na uva Sistema de condução em espaldeira</p>	<p>PONTOS FRACOS</p> <p>Falta de mão de obra qualificada Logística deficiente Distância dos grandes centros</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Condições edafoclimáticas regionais Indicação Geográfica e Marketing Enoturismo e Sustentabilidade Diversificação da matriz produtiva</p>	<p>AMEAÇAS</p> <p>Altos impostos Concorrência com os importados</p>

FIGURA 15 - Síntese da Análise SWOT da cadeia da vitivinicultura na região da Campanha do RS, com base nas entrevistas com produtores.

4.2.1 Concentração em polifenóis na uva

Além das condições edafoclimáticas favoráveis vistas no tópico anterior, a insolação existente na região durante os meses de verão, tem-se mostrado favorável ao acúmulo de compostos fenólicos (polifenóis) na uva.

Nesta região, a variação da temperatura diária com dias quentes e noites frescas possibilita uma maturação mais lenta e este fator faz com que o teor de açúcar e também os polifenóis sejam elevados (SOUZA et al., 2006).

Os efeitos benéficos da uva e dos alimentos derivados da uva são devidos a uma ampla gama de compostos bioativos presentes nas uvas, sendo os principais, os compostos fenólicos (PRASAIN et al., 2010; NADTOCHIY e REDMAN, 2011) que incluem as antocianinas, catequinas, resveratrol, ácidos fenólicos e proantocianidinas.

A videira é uma planta que exige bastante luz, requerendo elevada insolação durante o período vegetativo, fator importante no processo de fotossíntese, bem como na composição química da uva, favorecendo, por exemplo, a biossíntese de polifenóis. Normalmente, uma maior insolação correlaciona-se com um menor número de dias chuvosos (MELO, 2003), fator este de ocorrência frequente nos verões da campanha gaúcha.

Nesta região os verões apresentam, na sua maioria, déficit hídrico associado à grande insolação, fatores esses que favorecem a uma boa sanidade, maturação da uva e a conseqüente produção de vinhos tran-

quilos e espumantes de alta qualidade. As plantas de videira cultivadas na região da campanha são menos afetadas por patógenos e pragas, refletindo na qualidade das uvas e, conseqüentemente, na elaboração de vinhos finos superiores, característica destacada nesta região.

4.2.2 Sistema de condução em espaldeira

O sistema predominante nos cultivos na região da Campanha é em espaldeira. Se comparado com os vinhedos da região da Serra Gaúcha, cujo sistema predominante é em latada, a produção em espaldeira, embora resulte em menor produtividade média, prioriza a qualidade da uva, pois mantém menor número de gemas por planta por ocasião da poda (ANZANELLO, 2012). Neste sistema, o dossel vegetativo em posição vertical (espaldeira) resulta na formação de uma copa mais aerada com diminuição dos problemas fitossanitários e maior insolação disponível aos frutos (GIOVANNINI, 2008), o que confere maior qualidade à produção de uvas para vinhos finos.

Ruiz (2011) salienta que o cultivo em espaldeira apresenta a vantagem da mecanização, embora possa necessitar investimentos mais elevados e exigir solos mais férteis bem como irrigação.

As condições edafoclimáticas favoráveis ao cultivo da videira, a alta concentração de polifenóis na uva e o sistema de produção em espaldeira foram os pontos fortes identificados com base na pesquisa de campo (Figura 15).

A Figura 15 destaca ainda, os seguintes pontos destacados como oportunidades: identificação geográfica e marketing associado, enoturismo no Pampa Gaúcho e sustentabilidade e diversificação da matriz produtiva regional.

4.2.3 Condições Edafoclimáticas Regionais

Um dos pontos fortes da região da Campanha Gaúcha, para o cultivo da videira, são as condições edafoclimáticas.

A região da campanha do RS apresenta condições diferenciadas para a produção de frutas de clima temperado de alta qualidade, dentre as quais, Rathmann et al. (2008) destacam:

- Número de horas de frio no inverno necessárias para as frutíferas de clima temperado;
- Ampla disponibilidade de solos bem drenados, mecanizáveis e livres de pragas e doenças;

- Alta luminosidade e baixa precipitação pluviométrica na primavera e no verão, variação no gradiente de temperatura entre o dia e a noite, o que favorece a qualidade dos frutos, aumentando seus teores de açúcar;
- Mais de 1 milhão de hectares de solos aptos e valor da terra acessível.

Desse modo, o clima da região da campanha, conforme Cardoso et al. (2012), é favorável à produção de uvas, contando com grande incidência solar que permite agregar mais cor, aroma e sabor ao vinho. Invernos rigorosos também são benéficos para as uvas, pois fazem com que as mesmas entrem em pleno estado vegetativo refletindo-se, posteriormente, na produtividade e qualidade do produto final (IBRAVIN, 2013).

A região da campanha possui um inverno rigoroso com número significativo de geadas e temperaturas abaixo de 10°C, favorecendo, com isso, o período de dormência da videira, necessário para produzir um rebrote e uma produção vigorosa no verão seguinte. Na primavera desta região as temperaturas médias situam-se em torno de 18°C com boa insolação e umidade, condições essas essenciais ao desenvolvimento das plantas.

A videira apresenta um período anual de repouso vegetativo quando ocorre a queda gradativa das folhas até o inchamento das gemas, e um período de intensa atividade vegetativa, caracterizada por brotação, floração, frutificação e maturação. Temperatura abaixo de 10°C limita o crescimento dos brotos, induzindo desta forma a videira a entrar num período de repouso vegetativo. Assim, a videira exige quantidade de frio, variável conforme a cultivar (BACK et al., 2013).

Em relação aos aspectos hídricos é importante destacar que o excesso, combinado com temperaturas elevadas, torna a cultura da videira muito suscetível a doenças fúngicas e pragas (BARDIN et al., 2010). Na principal região produtora de uvas do estado do Rio Grande do Sul, a Serra Gaúcha, mesmo nos meses de verão, há grande incidência de chuvas, acarretando em prejuízos fitossanitários à qualidade da uva e do vinho produzido. Nesse aspecto, uma seca moderada na fase maturação da uva pode favorecer a qualidade dos frutos da videira, como é caso nos cultivos da região da Campanha.

A região da Campanha Gaúcha, de acordo com Cardoso et al., (2012), caracteriza-se por solos arenosos, profundos, com boa drenagem, acidez reduzida e baixa fertilidade natural. Os nutrientes que possuem maior carência nos solos brasileiros, em geral, são fósforo, potássio, nitrogênio, cálcio, magnésio e boro, fazendo-se necessária a adubação pelos viticultores.

A videira é uma planta que se adapta bem a uma ampla variedade de solos, porém dá-se preferência a solos com textura franca e

bem drenados, com pH variando de 5,0 a 4,0 (MELO, 2003).

Martins et al. (2007) destacam que, nos últimos anos, o cultivo da videira nesta região vem se destacando no cenário nacional e internacional em termos de área plantada, devido ao seu relevo e principalmente pelas condições edafoclimáticas que permitem a produção de uvas europeias e a elaboração de vinhos finos com tipicidade única. Além das condições climáticas favoráveis, a topografia da região se destaca como outro ponto favorável, pois facilita a execução de práticas culturais por ser essencialmente plano, diminui a probabilidade das plantas ficarem em áreas sombreadas.

As condições edafoclimáticas acima apresentadas, para a Campanha Gaúcha, são tão favoráveis à produção de uvas destinada à obtenção de vinhos finos quando comparado à região Noroeste do Estado (Serra Gaúcha). Além disso, os custos de produção são menores devido à redução dos tratamentos fitossanitários, o que confere características organolépticas diferenciadas aos sucos, vinhos e espumantes produzidos nesta região.

Porém, apesar da região ser climaticamente viável ao cultivo, Chavarria et al. (2009) destacam que esta pode apresentar, em alguns anos, uma ocorrência elevada de chuvas durante os períodos de maturação-colheita e é muito comum a ocorrência de granizo que pode proporcionar grandes perdas na produção e na qualidade.

Assim, as características do clima desta região tornam-se o principal fator estimulante para a expansão deste segmento, pois o clima mais seco no verão, com dias longos e com alta insolação, aliado a ambientes com baixa incidência de patógenos e pragas, são vantagens comparativas e competitivas da região, permitindo a produção de uvas finas com tipicidade própria (MARTINS et al., 2007; AMARAL et al., 2009).

4.2.4 Identificação Geográfica e Marketing

A busca pela qualificação e diferenciação dos vinhos brasileiros vem redesenhando o contexto vitivinícola, substituindo variedades de uva, alterando os sistemas de condução dos vinhedos, qualificando as técnicas de vinificação e preconizando harmonização entre cultivares e condições edafoclimáticas.

Para Tonietto et al., (2012) a qualificação e a diferenciação da produção de vinhos de qualidade no Brasil está passando por uma diversificação das regiões de produção, até então com produção quase que

unicamente ocorrente na Serra Gaúcha.

Os resultados positivos evidenciados na produção vitivinícola, o crescimento do enoturismo e o desenvolvimento territorial no âmbito da Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos estimularam outros produtores a se organizarem em associações, visando ao reconhecimento de indicações geográficas. Outros projetos começam a ser estruturados, como na região da Campanha Gaúcha, bem como outras regiões também deverão implementar políticas de organização e valorização da produção na modalidade de Indicação Geográfica (CAMARGO et al., 2011). Nos últimos dez anos, destacam os autores, a região da Campanha Gaúcha vem concentrando diferentes empreendimentos vitivinícolas, os quais compõem um ambiente sócio-institucional distinto ao da tradicional Serra Gaúcha. Todavia, inspirados nas conquistas logradas pelo Vale dos Vinhedos, os empresários têm trabalhado na construção de um projeto de Indicação Geográfica (IG) para a vitivinicultura na Campanha.

Tonietto (2001) destaca que o desafio das regiões vitícolas está não somente em produzir com qualidade para um consumidor cada vez mais exigente, mas em oferecer vinhos que se diferenciam e que tenham predicados qualitativos e tipicidade que estejam identificados com as regiões de produção, sejam eles originários dos fatores naturais e/ou dos fatores humanos. O mesmo autor ainda destaca que esta diferenciação das regiões, expressa nos seus produtos, é um elemento importante no estabelecimento de novos padrões de competitividade.

As exigências do mercado por produtos de qualidade comprovada, oriundos de processos produtivos que valorizam a origem dos produtos, bem como o comprometimento com a segurança alimentar e com a proteção ambiental, são cada vez maiores, tornando indispensável à adoção de sistemas de certificação da produção para competir em mercados mais exigentes. O setor vitivinícola brasileiro avançou significativamente nos últimos anos através da produção integrada de uvas finas de mesa, da definição das primeiras Indicações Geográficas para a produção de vinhos finos e da produção orgânica de uva, vinho e suco de uva (CAMARGO et al., 2011).

Assim, a obtenção da Indicação Geográfica para a vitivinicultura na região pode se constituir em uma estratégia capaz de agregar valor e riqueza, gerando desenvolvimento e uma gama de produtos diferenciados no exigente e competitivo mercado consumidor.

Ainda que de forma bastante incipiente, existe um movimento de algumas vinícolas da região da Campanha que vêm tratando de associar o vinho à carne ovina, bovina e ao arroz, produtos regionais que já possuem qualidade reconhecida nacionalmente e larga associação com a

cultura e tradição da região. Como apelo, utilizam figuras de linguagem, terminologias e elementos figurativos da idiossincrasia do gaúcho pampiano pra caracterizar seu produto, no esforço de lhe tornar próprio do lugar (POLLNOW et al., 2013).

Já vem ocorrendo algumas iniciativas nesse sentido, em que as vinícolas possuem restaurantes, parrilladas (tipo de churrascaria típica do Uruguai e Argentina), lojas típicas e abrem para visitação de grupos de turistas dispostos a degustar os vinhos e espumantes em harmonia com as excelentes carnes ovinas e bovinas do Pampa Gaúcho.

A carne do pampa gaúcho, por exemplo, já possui Indicação de Procedência, sendo resultante de bovinos de origem européia e suas respectivas cruzas, criados em condições de campo nativo e/ou melhorado, respeitadas as condições de bem estar animal, com rastreabilidade, caracterizando assim, um produto sustentável e de alta qualidade, inclusive os produtores da região vem obtendo b nus aos animais abatidos que possuem a Indicação de Procedência denominada Carne do Pampa Gaúcho.

Nesse sentido, poderia ser desenvolvido um projeto de marketing para o vinho associado com a carne, ambos produzidos no pampa gaúcho, constituindo-se, assim, em grandes diferenciais de qualidade e sustentabilidade, agregando valor aos produtos e gerando empregos e renda para a região.

Uma Indicação Geográfica pode garantir alguns benefícios econômicos, tais como agregação de valor ao produto, aumento da renda ao produtor, acesso a novos mercados internos e externos, inserção dos produtores ou regiões desfavorecidas, preservação da biodiversidade e recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente. Além disso, o reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviç os complementares, relacionados à valorização do patrim nio artístico e cultural,   diversificação da oferta de produtos, às atividades turísticas (acolhida de turistas, rota turística, organização de eventos culturais e gastron micos), ampliando o número de beneficiários (VIEIRA et al., 2012).

Os fatores acima citados poderiam ser utilizados em um grande projeto regional de marketing direcionado principalmente às grandes capitais brasileiras bem como EUA, África e Ásia, consumidores em potencial dos produtos brasileiros derivados da vitivinicultura.

4.2.5 Enoturismo e Sustentabilidade

A Campanha Gaúcha possui pouca estrutura turística, sendo que a mesma nunca possuiu muitas atrações aos turistas, apenas Festivais Nativistas, Feiras e Exposições agropecuárias e no ano de 2012, a gravação de um filme na cidade de Bagé, tendo no elenco atores bem conhecidos, vindos do centro do país. O turismo presente na região é o turismo rural, nas cidades em que o Pampa Gaúcho abriga, ou seja, a Campanha Gaúcha ainda não é uma rota “enoturística” (SECRETARIA DE TURISMO DO RS, 2012).

É necessário, portanto, um significativo apoio dos governos locais, estaduais e da iniciativa privada, afinal, são investimentos altos, mas que podem gerar benefícios futuramente.

Um fator que pode estar impedindo o crescimento do enoturismo e a expansão da vitivinicultura até o momento é a falta de tradição vitivinícola da Região da Campanha. A região possui vinhedos desde a década de 1970, com vinhedos comerciais iniciados por empresas multinacionais a partir da década de 1980 e atingindo sua expansão nos anos 90 (GIOVANNINI e MANFROI, 2009). Por outro lado, a Serra Gaúcha vem abrigando turistas em torno da produção de uvas e vinhos desde o início do Século XX, resultado de diversas iniciativas tanto públicas como privadas. Vários projetos de ecoturismo têm sido realizados na Serra Gaúcha. Há roteiros que incluem vinícolas, restaurantes, capelas, cantinas artesanais, arquitetura italiana e estabelecimentos diversos no interior de Bento Gonçalves e de Caxias do Sul, além de diversos roteiros turísticos oficiais em torno da temática uva e vinho (MATTEI e TRICHES, 2009). Dentre as novidades que se desenvolveram em maior escala no setor nos últimos anos no Rio Grande do Sul, os autores destacam a ampliação de serviços que visam à recepção adequada de turistas dos mais diferentes lugares, como a criação de roteiros de vinícolas dos municípios, onde é possível conhecer as instalações das mesmas, além de ter também acesso a varejos, restaurantes, museus e outros estabelecimentos que colaboram para a permanência dos mesmos.

A Campanha Gaúcha é conhecida por ser um pólo vitivinícola em franca evolução e caracterizado pela preocupação com a sustentabilidade e preservação do Bioma Pampa. O lema de qualquer produção dentro do Bioma Pampa vem sendo a “Produção Sustentável”: produzir, gerar lucros, mas sem prejudicar o meio-ambiente. Além disso, as vinícolas da Campanha Gaúcha devem ser conhecidas por prezar pela responsabilidade social. Muitas ficam em beiras de estradas e contando com programas de degustação, devem debater sobre o consumo de

álcool e o risco de dirigir embriagado (POLLNOW et al., 2013). Mattei e Triches (2009) salientam ainda que as vinícolas precisam investir na acolhida de turistas, enfatizando um bom atendimento aos mesmos, com bons programas de passeio e visitas, além de degustações. É preciso também uma maior divulgação do turismo da região, não sendo apenas o turismo rural como motivação para tal, mas focando também nas demais atrações históricas, culturais e feiras agropecuárias existentes nesta região.

A percepção de que o vinho pode ser fator de permanência cultural, visto a partir de uma ideologia, como fator de expressão da identidade e dos hábitos alimentares de sua região produtora (ou de quem o produz), justifica o conceito do enoturismo como facilitador do desenvolvimento regional por meio da “venda” do território turístico a partir de sua própria origem e identidade cultural (PEREIRA e LOSSO, 2012).

Na região da Campanha projeto semelhante ao existente na Serra Gaúcha poderia ser desenvolvido aproveitando-se as riquezas paisagísticas, históricas e culturais bem como a tradicional agropecuária do Pampa Gaúcho. A sustentabilidade da viticultura regional também poderia ser destacada como ponto diferenciado na atração de turistas e como referencial importante para a obtenção de Indicação de Procedência.

A crescente importância que tem sido atribuída aos recursos naturais e, nestes, aos chamados Serviços Ecosistêmicos, vem justificando estratégias diferenciadas em todos os setores agrícolas. Especificamente na cadeia vitivinícola, assume particular destaque como serviços ecossistêmicos: a preservação dos recursos genéticos da própria videira, das espécies silvestres e/ou exóticas que convivem com a cultura nas entrelinhas e áreas de refúgio ecológico, barreiras vegetais bem como áreas de mata nativa próximas ao cultivo, preservação do solo e dos recursos hídricos, práticas de controle da erosão, uso de controle biológico de pragas e doenças, sequestro de carbono, regulação dos ciclos hidrológicos e o ecoturismo.

Nesse sentido, os vitivinicultores da região da Campanha têm procurado, por intermédio das práticas acima citadas, conciliar a produção e qualidade das uvas com a preservação do Bioma Pampa.

A vitivinicultura, conforme Flores et al. (2010), pode se configurar em uma importante alternativa de desenvolvimento territorial para a região da Campanha, estando alinhada aos princípios de sustentabilidade. Complementando os pontos acima relatados, o fato de os produtos estarem diretamente associados ao terroir e, na maior parte das vezes, levarem o nome e “símbolos” locais em seus rótulos, é um importante vetor para o reconhecimento regional, no território e também fora dele. Além disso, as imagens que estão sendo utilizadas pela Associação dos

produtores da Campanha para simbolizar o terroir dos Vinhos da Campanha remontam para imagens locais como os campos, o “gaúcho” e até mesmo a pecuária e ovinocultura. O fato de a região aliar os fatores da identidade local aos seus vinhos reforça a ideia de preservação das especificidades culturais locais e a importância dos IG’s nesse processo. Todos esses fatores vêm a caracterizar e reforçar a ideia de sustentabilidade nos âmbitos político, econômico e territorial.

A associação dos vitivinicultores da região da Campanha está utilizando a conservação do Bioma Pampa como um dos pontos relevantes para busca da IG, pois, a vitivinicultura poderia ser adaptada nesse ambiente sem alteração significativa da paisagem e minimizando os processos de degradação.

4.2.6 Diversificação da matriz produtiva

A existência de desigualdades regionais no Rio Grande do Sul, conforme aponta Rathmann et al. (2008), tem sido alvo de discussões constantes, seja no meio político, seja no meio acadêmico e essas ganham intensidade com o avanço dos anos. De uma forma geral, as explicações para os fatos geradores destas são buscadas no contexto histórico da formação econômica e social de cada região. Essas desigualdades, que remetem a uma situação de subdesenvolvimento, refletem, em parte, o fracasso do estado em proporcionar níveis de vida sequer razoáveis para a maioria da população, resultando em miséria e privações de toda ordem.

No caso da metade sul do estado do Rio Grande do Sul (onde a Campanha está inserida), a existência dessas diferenças regionais, e de uma situação de baixo desenvolvimento, está diretamente correlacionada, entre outros fatores, com a crise da pecuária e da orizicultura, setores produtivos preponderantes na região. Esta situação de colapso permanece, quando analisados dados mais atuais, principalmente na pecuária. Por um lado este setor produtivo sofre com os processos de abertura e de estabilização econômica, os quais reduziram as margens operacionais e colocaram os produtores menos intensivos em tecnologia em concorrência com o mercado uruguaio e argentino, historicamente mais competitivos quando considerados estes aspectos. Além disso, essas mudanças econômicas expuseram os pecuaristas anteriormente protegidos por barreiras alfandegárias e câmbio favorável à necessidade de competição com um mercado (Argentina e Uruguai) que possui vantagens competitivas em relação ao rebanho do estado: qualidade da carne, maiores taxas de desfrute, abate com menor tempo e maior pro-

atividade do rebanho (RATHMANN et al., 2008).

A viticultura, no entanto, tem mostrado condições de gerar renda, de manter os produtores no campo, de dar emprego aos seus filhos e de proporcionar condições econômicas para a manutenção das famílias nas pequenas propriedades da região, contribuindo assim para a diversificação da matriz produtiva. Por essa razão, muito embora dificuldades com os altos custos de produção e a queda nos preços verificada nos últimos anos venham desestimulando muitos produtores, outros tem apostado em novas variedades e novas tecnologias de produção (COSTA et al., 2012).

Em trabalho realizado em propriedades da região da Campanha, Rathmann et al. (2008), observaram que a soja não é mais vista como uma única opção produtiva, principalmente pelo comportamento cíclico dos preços, que gera insegurança sobre o retorno dos investimentos feitos, ampliando o risco para o produtor. Por outro lado, a fruticultura temperada e a silvicultura tem se mostrado mais rentável e estável, sendo por isso, escolhida para compor a diversificação da pauta de produção destas fazendas pesquisadas.

De acordo com Engelmann (2009), o desenvolvimento da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul passa ser um fator de dinamismo para a mesma. Neste sentido, o autor destaca que esta atividade passa a se desenvolver e ser uma alternativa importante para diversificação de atividades e geração de renda, em uma região predominantemente pecuária. O autor destaca ainda a importância de considerar a presença de produtores-autônomos de uvas e de vinhos que se fazem presentes na região. Situação também relatada por Amaral et al. (2008) ao analisarem o perfil dos vitivinicultores do município de Uruguaiana, constaram que os produtores de uvas neste município correspondem a pequenos produtores, tendo as áreas plantadas que variam de 0,5 à 7,5 ha e que 95% destes possuem produção paralela com lavoura de arroz ou de pecuária. Da mesma forma, Borges e Cardoso (2006), em análise da evolução da produção de uva em Santana do Livramento, constaram que dos 33 vitivinicultores da região, 12 tinham até 1 ha de uva.

Assim, como alternativa para enfrentar as grandes empresas verifica-se a tendência dos pequenos viticultores da Campanha de se reunir em associações, principalmente devido à dificuldade de comercialização de seus produtos, uma vez que, aos poucos, a produção que era comprada pela Serra Gaúcha vem deixando de ser efetivada (ENGELMANN, 2009). Isso vem ocorrendo pela criação, nos últimos anos, de novas vinícolas na região e a consequente compra da produção local por parte dessas.

Desse modo, a viticultura na Campanha vem se tornando, também para as propriedades familiares, uma ótima alternativa de diversificação da produção, além de ser uma atividade lucrativa e sustentável.

Rathmann (2005) ainda observa que a melhoria ocorre ao nível de renda per capita, o que se pode observar ser uma decorrência direta da produção frutícola de uvas na região.

A possibilidade de fixação do homem no meio rural, proporcionada pela vitivinicultura, cuja dinâmica é dada pelas pequenas propriedades e pelo uso intensivo de mão-de-obra familiar, acabou contribuindo para a conformação de um elevado padrão de desenvolvimento social (melhor distribuição de renda) nessas regiões, comparativamente a outras regiões Gaúchas (MATTEI e TRICHES, 2009).

Rathmann et al. (2008), destacam ainda que a inserção da vitivinicultura na Campanha Gaúcha vem se dando não mediante a eliminação das culturas anteriores, mas sim como uma alternativa adicional de geração de renda, o que leva o produtor rural a não perder a identidade com a atividade produtiva tradicional. Mais do que isso, não fica prisioneiro de uma cultura única, o que permite alternativas de renda em momentos de crise da cultura, reduzindo o impacto da crise e das sazonalidades inerentes às produções agropecuárias.

Para Mattei e Triches (2009) a vitivinicultura na “Metade Sul” do RS é um fator de dinamização das economias locais, visto tratar-se de regiões com os piores índices de desenvolvimento econômico do estado, com uma indústria pouco dinâmica e um setor agropecuário pouco diversificado. Com isso, atividade acaba sendo uma das alternativas para a retomada do crescimento e desenvolvimento econômico das referidas regiões.

É importante destacar ainda como vantagem da viticultura que esta necessita de mais mão de obra se comparada com as atividades já desenvolvidas na região, como: pecuária, arroz e mais recentemente, soja. O setor vem contribuindo também para a geração de empregos na região: Borges e Cardoso (2006) destacam que a vitivinicultura desenvolvida em Santana do Livramento demanda, em média, 1 trabalhador para cada 7ha, enquanto que na pecuária é de 1 para cada 250ha, sendo que na época de poda e colheita estes números podem dobrar.

4.2.7 Pontos fracos

Como pontos fracos da cadeia (Figura 15), pode-se destacar a falta de mão de obra de qualidade necessária para as técnicas básicas de cultivo da videira como plantio de mudas, realização de podas, apli-

cação de insumos, controle de pragas e plantas indesejáveis e colheita.

Na região, a maioria da mão de obra rural tem contratos permanentes ou temporários na pecuária ou agricultura. Nos últimos 15 anos, com a implantação das frutíferas de clima temperado o problema tem sido frequente também para o cultivo do pêssego, ameixa e oliveira na região. Alguns cursos técnicos do SEBRAE, SENAC e SENAR tem sido importantes para minimizar o problema porém, necessita-se de iniciativas públicas e privadas via parcerias, caso contrário, esse importante gargalo não será solucionado à médio prazo.

Souza (2001) aponta que nesta região há grande dificuldade em se encontrar mão de obra qualificada para trabalhar na vitivinicultura.

A mão-de-obra utilizada nas propriedades é disponibilizada a partir de colaboradores locais e/ou externos. Constata-se que há funcionários fixos representados por pessoas do município e colaboradores externos, muito dos quais oriundos da Serra Gaúcha e com experiência nos tratamentos culturais da videira.

Para a colheita anual tem sido necessária a contratação de mão-de-obra externa, pois esta é realizada de maneira totalmente manual. Este método é considerado como o mais viável economicamente pelo produtor. Para ele, a máquina se configura como um alto investimento não justificando para um vinhedo de tamanho pequeno.

Outro ponto fraco que pode ser destacado nesta pesquisa é em relação à logística e à grande distância dos principais centros consumidores. Se considerar, por exemplo, a região da grande Porto Alegre, a distância até o município de Livramento, principal produtor da Campanha Gaúcha, é de 550km, o que eleva os preços dos produtos e torna necessário uma infraestrutura logística de armazenagem e transporte mais adequada.

Para Souza (2001), na cadeia da uva e do vinho, a logística tem comprometido a qualidade do produto que chega até o processamento, fazendo com que a qualidade do produto baixe e consequentemente a lucratividade do produtor.

4.2.8 Ameaças

Dentre as ameaças, pode-se destacar o baixo preço dos produtos importados e os altos impostos (Figura 15), em comparação aos produtos nacionais, que incidem sobre a cadeia tanto na etapa de produção como no comércio e distribuição, o que reduz a competitividade da cadeia vitivinícola Brasileira em comparação aos países próximos como Uruguai, Argentina e Chile.

Juntamente com os altos impostos, os vitivinicultores da região apontaram a concorrência com os vinhos importados oriundos do Uruguai, Argentina e Chile. Esses produtos entram no mercado Brasileiro ou mesmo nos Free Shops nas cidades de fronteira a um preço acessível e com diversas ofertas. Além disso, a cultura pampiana e o próprio clima frio da região nos meses de inverno levam a um consumo dos “famosos” vinhos tintos dos países vizinhos.

O menor preço dos vinhos provenientes do Mercosul, em comparação aos vinhos Brasileiros, é principalmente devido a dois fatores: escala de produção das vinícolas bem como redução das alíquotas de impostos para os vinhos importados. Assim, torna-se difícil para os produtores e vinícolas brasileiras competirem com esses produtos.

As reduções nas alíquotas de importações realizadas principalmente a partir do final dos anos 80 e as cláusulas definidas no âmbito do MERCOSUL expuseram o setor vinícola à concorrência com produtos das maiores regiões vinícolas mundiais, tais como Argentina, Chile, França, Alemanha e Portugal. Por conta disso, ocorreu um aumento expressivo na demanda interna de produtos vinícolas, sobretudo vinhos finos (TERUCHKIN, 2004).

O setor vitivinícola, especialmente as empresas focadas na produção de vinhos finos, tem sofrido com a pressão dos produtos importados no mercado brasileiro. Segundo Mello (2007), em 2007 foram importados 57,63 milhões de litros de vinhos finos, o que representa 71,36% do vinho fino comercializado no Brasil. Enquanto a quantidade de vinhos finos nacionais comercializados no país, em 2007, situou-se nos mesmos patamares de 2003, os importados cresceram 115%. O aumento na circulação de mercadorias no cenário internacional em decorrência da globalização da economia aliada aos excedentes crescentes de vinhos e a taxa de câmbio, que favorece as importações, têm colocado o setor de vinhos finos brasileiros em condições desfavoráveis.

A elevada carga de tributos no Brasil é um fator que prejudica praticamente todas as atividades econômicas, não sendo diferente com a vitivinicultura gaúcha. Além disso, a desorganização tributária (cobrança de impostos em cascata, diferenças de alíquotas de impostos entre os estados, entre outras) acaba por prejudicar ainda mais o desenvolvimento das atividades da cadeia Gaúcha em questão. É nesse sentido que a atividade é afetada negativamente por esse instrumento de política pública, sendo considerado por muitos atores sociais envolvidos com a cadeia como o principal gargalo que afeta a competitividade da mesma, sendo considerado mais importante do que as consequências advindas da inserção externa da economia brasileira (MATTEI e TRICHES, 2009).

Com relação à importação de insumos para atender as agroindústrias, uma vantagem competitiva dos vinicultores chilenos e argentinos, para os autores, é que os mesmos recebem isenção de impostos para alguns insumos que compõem o “custo seco”, contrariamente aos segmentos da cadeia brasileira, que pagam impostos de importação nos insumos não-produzidos no país.

Para aumento da competitividade dos vinhos da região, segundo Protas (2002), através da melhoria da matéria-prima e racionalização dos custos de produção, faz-se necessário uma maior modernização dos vinhedos tradicionais e improdutivos do Rio Grande do Sul, a partir de uma política de reconversão sintonizada com as exigências e oportunidades do mercado, e de uma política fiscal que equipare os tributos incidentes sobre o produto brasileiro aos dos nossos competidores. Porém, o discurso que prevalece entre os empresários é que justamente o excessivo peso tributário, aliado a inexistência de barreiras à entrada de produtos estrangeiros, impossibilita a reconversão/modernização dos vinhedos.

Ainda, outro ponto bastante destacado pelos produtores foi em relação aos altos custos de produção, principalmente nos insumos básicos como mudas, defensivos, adubos e corretivos, sendo este o ponto que mais tem preocupado os vitivinicultores nos últimos cinco anos. O alto custo de produção aliado ao baixo preço pago pela uva tem causado descapitalização em alguns produtores, o que os levou a reduzir área cultivada com videira.

O baixo preço pago tem como provável explicação o oligopólio composto por pequeno número de grandes vinícolas compradoras de uvas na região. Nesse sentido, vitivinicultores que também possuem indústria levam considerável vantagem em relação aos demais. Na região da Campanha, considerando-se as duas subdivisões (Fronteira Oeste e Fronteira Uruguai), há cerca de 160 produtores, mas apenas 10% possuem vinícolas próprias.

Com relação aos altos custos dos insumos, este fato tem se verificado em todos os cultivos agrícolas e tem como prováveis causas principais a grande valorização das commodities nas bolsas internacionais, o aumento expressivo na demanda por insumos e o oligopólio de grandes empresas multinacionais que dominam o mercado de sementes, mudas, fertilizantes e defensivos.

5. POTENCIALIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Até o final dos anos de 1950, a viticultura comercial brasileira estava restrita aos três Estados do Sul e regiões leste de São Paulo e sul de Minas Gerais. A partir daí, houve uma grande ampliação da fronteira vitícola, com o plantio de uvas no Vale do Submédio São Francisco, seguindo-se as regiões norte do Paraná, noroeste de São Paulo e norte de Minas Gerais. Nas regiões tradicionais, os sistemas de produção foram sendo modificados ao longo dos anos, em função das oportunidades e exigências do mercado. A pesquisa deu suporte ao empreendedorismo do viticultor brasileiro, aportando tecnologias sem as quais não seria possível atingir o atual nível de desenvolvimento do setor (CAMARGO Et al., 2011).

Como exemplos os autores citam a seleção de clones e novas cultivares adaptadas às diferentes regiões, a definição de diferentes tecnologias de manejo especialmente para as regiões tropicais e subtropicais e a certificação de produtos vitivinícolas, como produção integrada, indicações geográficas e produção orgânica.

Na região da campanha gaúcha, situada no Bioma Pampa, predominam as atividades pecuárias, lavouras anuais de arroz e soja e, mais recentemente a vitivinicultura, silvicultura, olivicultura e fruticultura de clima temperado.

A Campanha apresenta excelentes condições edafoclimáticas e áreas disponíveis para cultivo de diversas espécies agronomicamente importantes, dentre estas vem se destacando a vitivinicultura. Entretanto, apesar do grande potencial que a região possui, tem se observado, informalmente, inúmeros gargalos que resultam na inexistência de um projeto integrado, suprapartidário e interdisciplinar focado no desenvolvimento regional de longo prazo.

Para Zapata et al. (2007), o desenvolvimento regional endógeno busca construir um modelo de desenvolvimento com mais participação, protagonismo dos cidadãos e cidadãs, equidade social e sustentabilidade ambiental, a partir das vocações produtivas locais. Para os autores, a importância do local, do território, ressurgiu impulsionada pela globalização, apontando para um novo papel a ser por eles desempenhado, a partir de suas potencialidades e identidades. A Tabela 4 sintetiza as principais riquezas potenciais da Campanha Gaúcha para o desenvolvimento.

Tabela 4. Riquezas potenciais da Campanha Gaúcha para o desenvolvimento regional.

Potencial de desenvolvimento	Potencial de desenvolvimento
Pecuária em campo nativo	Belezas paisagísticas do Pampa
Riqueza sociocultural	Locais e monumentos históricos
Feiras agropecuárias centenárias	Vitivinicultura e Olivicultura
Gastronomia regional típica	Carnes ovina e bovina
Enoturismo e turismo de compras	Genética diferenciada das raças
Biodiversidade do Pampa	Indicação Geográfica
Artesanato em lã, couro e fibras	Energias Renováveis

Fonte: síntese feita pelo autor (2017).

Em diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na Campanha, realizado em 2013 e 2014, Sarmento (2014) destacou como pontos fortes do setor o alto conteúdo em polifenóis da uva produzida, o sistema de condução em espaldeira e as condições edafoclimáticas regionais. Dentre as oportunidades de desenvolvimento da cadeia o autor apontou a Indicação Geográfica e o Marketing para os Vinhos da Campanha, a diversificação da matriz produtiva e o enoturismo e a sustentabilidade. Em outra pesquisa realizada, Sarmento (2015) destacou as seguintes potencialidades regionais:

5.1 Cultura e História

A região do pampa tem uma grande riqueza histórica e sociocultural, sendo um dos maiores exemplos os “Gauchos”, tradicional homem rural do Sul do Brasil, Uruguai e Argentina, estreitamente relacionado ao campo, cavalos e gado. Esta figura tem uma ampla gama de costumes, indumentária típica e artesanato feito com base no couro e lã dos animais criados nas pastagens naturais. Esta enorme riqueza de cultura e arte deve ser conservada e uma das formas é via sistemas de produção sustentáveis (DE BOEF e THIJSSSEN, 2013).

A identidade do bioma Pampa com a cultura gaúcha é reveladora da intersecção de várias etnias. Este encontro étnico se revela não só pelos registros históricos, mas também, pelo legado cultural crioulo expresso na linguagem. A domesticação da caça bovina na Ásia, apropriada pelos

européus e, por estes, difundida para as novas terras invadidas, o gado introduzido no Pampa acopla-se estruturalmente à paisagem pampeana, irmã das suas origens, e a mantém aproximadamente a sua imagem natural. Esta, por sua vez, realimenta a tradição pampeana através de seus elementos (SUERTEGARAY e SILVA, 2012).

Ainda, é possível destacar que na região foram realizados acontecimentos históricos importantes como a chegada dos jesuítas, a Guerra dos Farrapos, as Guerras Cisplatinas, os quais relatados em diversos livros, filmes e séries. Os exemplos acima citados constituem-se em uma riqueza histórica e sociocultural da região do Pampa Gaúcho e ainda pouco explorada, merecendo ser melhor estudada e valorizada.

5.2 Cultivo de espécies perenes

O cultivo de espécies perenes como florestais e frutíferas de clima temperado vem sendo incentivado na região devido às condições edafoclimáticas favoráveis. Desde a década de 70, com base nas pesquisas feitas por pesquisadores da Universidade de Davis, Califórnia, EUA, vem se destacando a vitivinicultura para produção de vinhos finos e espumantes no município de Santana do Livramento, com a instalação da Vinícola Almadén, conforme comentado anteriormente desta pesquisa. A partir do início dos anos 2000 vários outros empreendimentos seguiram o mesmo caminho, objetivando explorar as excelentes condições ambientais da região, comparáveis, segundo vários estudos, aos melhores “terroirs” vinícolas mundiais. Está em andamento, no INPI, um projeto para registro da Indicação Geográfica Vinhos da Campanha.

Ainda no início do Século XXI, houve o incentivo ao cultivo de frutíferas de clima temperado como pêssigo, ameixa, nectarina e de Citrus como laranja e tangerina. Embora o cultivo de pêssigo, ameixa e nectarina tenha estacionado devido à falta de infra-estrutura logística, mão de obra capacitada e organização dos agentes produtivos, os cultivos da laranja, tangerina e bergamota destacam-se pela excelente qualidade dos frutos obtidos no município de Rosário do Sul.

Santana (2016) argumenta que diversas atividades podem conviver harmonicamente com os ambientes campestres no Pampa gaúcho sem trazer grandes impactos ao meio, seja pela pouca área que requerem, seja por utilizarem modelos produtivos que não alteram drasticamente a paisagem.

A vitivinicultura e a produção de oliveiras, com suas cadeias agroindustriais associadas, são bons exemplos de convivência harmônica entre atividades produtivas e conservação ambiental, conforme o autor. Devido

às condições edafoclimáticas propícias, tem-se hoje no Pampa a produção de vinhos, espumantes e azeites de oliva de qualidade comparável às melhores regiões produtoras do mundo. Além disso, outros setores são beneficiados pelo desenvolvimento dessas atividades, como o turismo e a gastronomia, o que multiplica várias vezes os seus benefícios na direção do desenvolvimento sustentável da região pampiana.

Mais recentemente, há um projeto da secretaria da agricultura do estado do Rio Grande do Sul para incentivo, implantação e assistência técnica nos cultivos da oliveira e noqueira Pecan. Estas culturas apresentam grande capacidade produtiva por área e ótima adaptação às condições edafoclimáticas regionais. Em relação à oliveira, o objetivo dos plantios é para produção de óleo extra-virgem de alta qualidade e da noqueira Pecan para consumo in natura. Ainda pode-se destacar os cultivos de eucalipto na região, que, apesar das polêmicas a respeito dos impactos socioambientais, também tem promovido a melhoria na geração de empregos e renda. O cultivo de espécies perenes bem manejadas também pode contribuir para o sequestro de carbono atmosférico e a compensação da emissão de gases estufa pelas outras atividades agropecuárias (SARMENTO, 2015).

5.3 Enoturismo, Ecoturismo e Gastronomia Regional

Em relação ao enoturismo, tem havido, nos últimos 12 anos grandes investimentos em plantios de vinhedos para produção de vinhos finos e na construção de vinícolas. Estas têm atraído turistas de outras regiões do estado e inclusive de outros estados e também exterior. O principal atrativo consiste na degustação dos vinhos e espumantes regionais acompanhados das também renomadas carnes bovinas e de cordeiro do pampa gaúcho. Tudo isto visualizando as belas paisagens do Pampa ao entardecer. Cenários que tem inspirado poetas, escritores e diretores de cinema. Porém, as vinícolas precisam investir mais na infra-estrutura para uma melhor acolhida de turistas, enfatizando um bom atendimento aos mesmos, com bons programas de passeio e visitas, além das já citadas degustações. É preciso também uma maior divulgação do turismo da região, não sendo apenas o enoturismo como motivação para tal, mas focando também nas demais atrações históricas, culturais e feiras agropecuárias existentes nesta região.

As principais rotas enoturísticas partindo de Porto Alegre ou Santa Maria, podem ser visualizadas no mapa abaixo (Figura 16), destacado no site da Associação dos Vinhos da Campanha. Há alguns roteiros enoturísticos, principalmente partindo de Porto Alegre, e promovidos por importantes boutiques de vinho.



Figura 16 - Mapa da Região da Campanha Gaúcha com as rotas enoturísticas em destaque (Associação dos Vinhos da Campanha).

As paisagens campestres do Pampa Gaúcho também têm chamado a atenção de fotógrafos, roteiristas e cinegrafistas profissionais. A região foi palco de duas grandes séries como: “A casa das 7 mulheres” e “O tempo e o vento”, além dos menos conhecidos “Animal”, “O Sabiá”, “O Guri”, “Valsa para Bruno Stein”, dentre outros. No município de Aceguá acontece anualmente o Festival de Balonismo. Em Santana do Livramento, o antigo “Ovino e Vinho”, atual Ovinoart, festival regional que reúne gastronomia típica, vinhos, carne e artesanato ovino e apresentações artísticas. Em Pinheiro Machado, há a Fenovinos, renomada feira de importância internacional para os criadores, compradores de genética bem como simpatizantes. O município de Caçapava do Sul destaca-se com o Parque das Guaritas, considerado uma das 7 maravilhas do Rio Grande do Sul. O Parque das Guaritas e as Minas do Camaquã representam um refúgio ecológico para grande número de espécies animais e vegetais endêmicas além de local para prática de esportes radicais como rapel, escalada, descidas, dentre outros (SARMENTO, 2015).

A Figura 17 abaixo destaca as potencialidades que poderiam ser exploradas no Enoturismo realizado na Campanha Gaúcha.



Figura 17 - Potencialidades da Campanha Gaúcha para o Enoturismo. Síntese feita pelo autor (2017).

A sustentabilidade da viticultura regional também poderia ser destacada como ponto diferenciado na atração de turistas e como referencial importante para a obtenção de Indicação de Procedência.

Nesse sentido, os vitivincultores da região da Campanha têm procurado conciliar a produção e a qualidade das uvas com a preservação do Bioma Pampa, como um dos pontos relevantes para busca da Indicação Geográfica. Com isso, a vitivincultura poderia ser adaptada nesse ambiente sem alteração significativa da paisagem e minimizando os processos de degradação pelas demais atividades agrícolas (SARMENTO, 2015).

A percepção de que o vinho pode ser fator de permanência cultural, visto a partir de uma ideologia, como fator de expressão da identidade e dos hábitos alimentares de sua região produtora (ou de quem o produz), justifica a percepção do enoturismo como facilitador do desenvolvimento regional por meio da “venda” do território turístico a partir de sua própria origem e identidade cultural (PEREIRA e LOSSO, 2012).

Há ainda produtos regionais como a carne bovina e o cordeiro do pampa, ambos cuja qualidade é bastante reconhecida, ultrapassando limites regionais. Além destes, os produtos artesanais da agricultura familiar são de qualidade e sabor diferenciados. Destacam-se ainda o artesanato de lã ovina e caprina e os pães caseiros, geleias, sucos, iogurtes e queijos oriundos da agricultura familiar dos municípios de Aceguá, Bagé, Candiota, Caçapava do Sul e Hulha Negra (SARMENTO, 2015).

A região da campanha, embora apresente gargalos logísticos, sociais, mercadológicos e político-institucionais importantes, possui potencialidades culturais, históricas, ambientais e agrícolas que, se bem organizadas, podem transformar a realidade, construindo um desenvolvimento regional sustentável que promova melhoria na renda, geração de empregos e diversificação da matriz produtiva, traduzindo-se na inserção dos agricultores nas cadeias produtivas e no incremento do bem-estar social e qualidade de vida de toda a população.

A riqueza sociocultural, ambiental e paisagística bem como a vitivinicultura poderiam ser reunidos em um grande projeto de longo prazo para constituir um APL. Este deve fundamentar-se nas noções de endogeneidade (recursos locais), territorialidade (relação homem-espaço) e institucionalidade (organizações de apoio, associações, cooperativas, instituições públicas e privadas). Assim, um ponto essencial na constituição de um APL dos vinhos da Campanha é uma melhor sinergia de esforços entre as instituições públicas e privadas da região, aproveitamento sustentável dos recursos edafoclimáticos, produtivos e humanos existentes na região. A sustentabilidade da viticultura regional também poderia ser destacada como ponto diferenciado na atração de turistas e como referencial importante para a obtenção de Indicação de Procedência.

6 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A região da Campanha Gaúcha, onde insere-se o Bioma Pampa, apresenta atributos histórico-culturais e ambientais bem como aptidões agrícolas diferenciadas, como poucas regiões Brasileiras. Neste contexto favorável, o Enoturismo é uma atividade potencialmente promissora, desde que minimizados gargalos logísticos e comerciais ainda existentes.

As diferenciadas características ambientais, produtivas e históricas da região da Campanha poderiam compreender um grande projeto Enoturístico com foco nas vinícolas, paisagens do Bioma Pampa, almoço com harmonização com carnes de cordeiro e bovina e visitas a locais históricos. Estes produtos de qualidade poderiam envolver programas de certificação, marcas coletivas e/ou Indicação Geográfica, somando-se às já existentes como a Carne do Pampa Gaúcho e ao projeto da IG Vinhos da Campanha, em andamento no INPI. Neste sentido, poderia ser consolidada a Rota Enoturística existente e desenvolvidos programas de marketing que também destaque as belas paisagens, a biodiversidade do Pampa e a figura mítica do Gaúcho. Já há alguns cases de sucesso cujos exemplos devem ser seguidos por outras empresas regionais, agregando valor aos produtos, promovendo a identidade regional como produtora de alimentos sustentáveis e com qualidade diferenciada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa destacou como pontos fortes da vitivinicultura na região da Campanha: as condições edafoclimáticas, o conteúdo de polifenóis da uva e o sistema de condução em espaldeira. Como oportunidades a serem desenvolvidas, pode-se apontar a obtenção de uma Indicação geográfica, o enoturismo e a sustentabilidade e a diversificação da matriz produtiva regional. Esses aspectos devem ser fortalecidos através de projetos tanto públicos como privados ou mesmo parcerias público-privadas.

Os pontos fracos como falta de mão de obra qualificada, logística de transporte deficiente e distância dos grandes centros consumidores também devem ser vistos pelos atores da cadeia como aspectos a serem melhorados, seja pelo treinamento de colaboradores da própria região, criação de parcerias público-privadas para a compra de caminhões refrigerados, melhoria de estradas e busca de parcerias com empresas como SEBRAE, SENAR, sindicatos rurais, Universidades e Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, EMBRAPA, FEPAGRO e EMATER para desenvolvimento científico e tecnológico bem como treinamento de colaboradores e estudantes.

Como ameaças foram identificados o baixo preço dos produtos importados tornando menos competitivos os nacionais, os altos impostos que incidem sobre as distintas etapas da cadeia, os elevados custos de produção e o oligopólio das vinícolas. Essas ameaças, se não forem bem gerenciadas, podem fazer com que a área cultivada na região da Campanha entre em estagnação e muitos produtores desistam de investir na cultura da videira.

A análise SWOT da cadeia da vitivinicultura da região da Campanha do RS poderá servir para que gestores tanto públicos como privados visualizem os pontos fortes e oportunidades a serem exploradas. Também será de grande relevância a identificação das ameaças ao desenvolvimento regional e a busca de soluções tecnológicas e de fomento objetivando a dinamização da economia e o desenvolvimento regional sustentável.

Os resultados apresentados nesta pesquisa demonstram que a Campanha Gaúcha já constitui um importante polo vitivinícola do Brasil, o que tem sido demonstrado pelo crescimento na demanda pelos vinhos e espumantes bem como pelas premiações obtidas pelos distintos rótulos. A excelente qualidade dos vinhos produzidos se aliados às reconhecidas carnes bovina e ovina, à bela paisagem do Pampa e à riqueza histórico-arquitetônica podem, em médio prazo, constituir-se em referenciais no estabelecimento de rotas turísticas que promovam geração de emprego, renda e desenvolvimento para a região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA. **Região da Campanha se transforma em Centro de Vinhos Finos**. Disponível em: <http://www.vinhosdacampanha.com.br>. Acesso em 9 de dezembro de 2013.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA. **Região da Campanha se transforma em Centro de Vinhos Finos**. Disponível em: <http://www.vinhosdacampanha.com.br>. Acesso em 12 de junho de 2016.

ALVES, A.L.P.; BEZZI, M.L. A organização sócio espacial e a inserção das cadeias produtivas da fruticultura e da silvicultura na campanha gaúcha/RS/Brasil. **XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária**. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, 15 à 19 de outubro de 2012.

ANDRADE, C. A. S. Percepção ampliada da cadeia produtiva: as contribuições da teoria dos custos de transação e da análise de redes sociais. **XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Curitiba – PR**, 23 a 25 de outubro de 2002.

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos do agronegócio**. 2ª ed. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de Agronegócios**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 176p. 2010.

AMARAL, U. do; BINI, D. A.; MARTINS, C. R. Perfil dos vitivinicultores do município de Uruguaiana, Região da Fronteira Oeste/RS. In. XII Congresso Brasileiro de Vitivinicultura e Enologia, Bento Gonçalves, 2008. **Anais ... 2008**.

AMARAL, U. do; MARTINS, C. R.; FILHO, R. C.; BRIXNER, F. G.; BINI, D. A. Caracterização fenológica e produtiva de videiras *Vitis vinifera* L. cultivadas em Uruguaiana e Quaraí/RS. **Revista da FZVA**. v.16, n.1, p. 22-31. 2009.

ANZANELLO, R. Caracterização da fruticultura no Rio Grande do Sul por meio da análise dos dados do cadastro vitícola. **Pesquisa Agropecuária Gaúcha**. Porto Alegre, v.18, n.1, p.67-73, 2012.

BACK, A.J.; DELLA BRUNA, E.; DALBÓ, M.A. Mudanças climáticas e a produção de uva no vale do rio do peixe-SC. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, v. 35, n. 1, p. 159-169, Março 2013.

BARDIN, L.; PEDRO JUNIRO, M.J.; MORAES, J. F.L. Risco climático de ocorrência de doenças fúngicas na videira Niágara Rosada na região do pólo turístico do circuito das frutas do Estado de São Paulo. **Bragantia**, Campinas, v.69, n.4, p.1019-1026, 2010.

BORGES, R. M.; CARDOSO, E. S. Evolução da cultura da uva no município de Sant'Ana do Livramento-RS. **Revista da Casa da Geografia de Sobral**, v.8, n.1, p.21-30, 2006.

BARHAM, E. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. **Journal of Rural Studies**. Vol. 19, n. 1, jan 2003. p. 127-138.

BATALHA, M.O.; SILVA, A.L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M.O. (Org.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRAGA, A. L et.al. **O cooperativismo como indutor das atividades de fruticultura no norte do espírito santo**. Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Campo Grande, 25 a 28 de julho de 2009.

BRIXNER, G.F. **Caracterização da aptidão climática dos municípios da Campanha do Rio Grande do Sul para a viticultura**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 97f, 2013.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia produtiva de frutas**. Brasília: IICA/MAPA/SPA, 2007. v.7, 102 p.

CAMARGO, U.A.; TONIETTO, J.; HOFFMANN, A. Progressos na viticultura brasileira. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, Volume Especial, E. p.144-149, Outubro 2011.

CHAVARRIA, G.; SANTOS, H. P. dos; ZANUS, M. C.; MARODIN, G. A. B.; CHALAÇA, M. Z.; ZORZAN, C. Maturação de uvas Moscato Giallo sob cultivo protegido. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v.32, v.1, p.151-160, 2010.

COSTA, T.V. da; TARSITANO, M.A.A.; CONCEIÇÃO, M.A.F. Caracterização social e tecnológica da produção de uvas para mesa em pequenas propriedades rurais da região de Jales-SP. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal- SP, v. 34, n. 2, p. 766-773, Junho 2012.

CARDOSO, F. S. et al. **Diagnóstico da fertilidade de vinhedos da Campanha Gaúcha através de amostragem do solo**. Disponível em: <<http://www13.unipampa.edu.br/anais-siepe/atual/art1795.html>>. Acesso em: 26 nov. 2012.

DE BOEF, W.S.; THIJSSSEN, M. **Community biodiversity management and in situ conservation of plant genetic resources**. In: **Community Biodiversity Management: Promoting Resilience and the Conservation of Plant Genetic Resources**: De Boef, W.S.; SUBEDI, A.; PERONI, N.; THIJSSSEN, M.; O'KEEFFE, E.;Eds.; Routledge: Wageningen, The Netherlands, pp. 51–61. 2013.

DIAS, H. P. Origem, evolução e perspectivas da cadeia de produção vitivinícola no município de Caxias do Sul. In: **Global Manager**. Faculdade da Serra Gaúcha. N. 13. Caxias do Sul – RS. F56, 2007.

EMATER/RS. Associação Rio-grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural. **Levantamento da Fruticultura Comercial do Rio Grande do Sul. Porto Alegre**. ASCAR/RS: EMATER/RS Editora, 2004.

EMATER/RS. Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica. Disponível em: <www.emater.tche.br>. Acesso em: 8 de janeiro de 2014.

ENGELMANN, D. **Da estância ao parreiral: um estudo de caso sobre a vitivinicultura em Santana do Livramento/RS**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração. Porto Alegre, 125p, 2009.

FACHINELLO, J.C.; PASA, M. da. S.; SCHMTIZ, J.D.; LEITZKE BETEMPS, D.L. Situação e perspectivas da fruticultura de clima temperado no Brasil. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, Volume Especial, E. 109-120, Outubro 2011.

FORMOLO, R. ;RUFATO, L.; BOTTON, M.; MACHOTA JÚNIOR, R. Diagnóstico da área cultivada com uva fina de mesa (**Vitis vinifera L.**) sob cobertura plástica e do manejo de pragas. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 33, n. 1, p. 103-110, 2011.

FLORES, S.S.; FALCADE, I.; MEDEIROS, R.M.V. Desenvolvimento territorial rural sustentável sob a perspectiva da vitivinicultura no rio grande do sul. VIII **Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural**, Porto de Galinhas, 2010.

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

FERNANDES, A. **Fitogeografia brasileira**. Fortaleza: Multigraf. Ltda, 340p, 1998.

FERREIRA, F. G. **Estratégias de produção das empresas vitivinícolas da Serra Gaúcha investidoras em vitivinicultura na metade sul do Rio Grande do Sul**. 2005. 152fls. Dissertação (Mestrado em Administração), Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

GIOVANNINI, E. **Produção de uvas para vinhos, suco e mesa**. 3. Ed. Porto Alegre: Renascença, 2008. 364p.

GIOVANNINI, E.; MANFROI, V. **Viticultura e Enologia: elaboração de grandes vinhos nos terroirs brasileiros**. Bento Gonçalves: IFRS, 2009.

GIRARDI-DEIRO, A.M.; GONÇALVES, J.O.N. Flora campestre do município de Bagé/RS. I: Anais XXXVI Congresso Nacional de Botânica: 1983, p.377-388.

GONÇALVES, H. de A. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Avercamp, 2005. 142p.

GUERRA, C. C. et. al.; **Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos**. Embrapa Uva e Vinho. Bento Gonçalves, 2009.

HELMS, M.M.; NIXON, J. Exploring SWOT analysis- where are we now? A review of academic research from the last decade. **Journal of Strategy and Management**. vol. 3 n.. 3, pp.215-251, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**, 2010. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>. Acesso em: 10 de maio de 2012.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia**. 2013. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/lspa/lspa_201301.pdf>. Acesso em: 15 de setembro de 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO (IBRAVIN)- Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/regioesprodutoras.php>> Acesso em: 16 de agosto de 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO (IBRAVIN) - Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/regioesprodutoras.php>> Acesso em: 10/05/2013.

LEAL, A.E.M.; SOUZA, C.E.G. de. **Construindo o conhecimento da pesquisa: orientação básica para elaboração de trabalhos científicos**. Santa Maria: Sociedade Vicente Palloti, 2006. 112p.

LEITE, P.F.; KLEIN, R.M. Vegetação. In: IBGE. **Diretoria de Geociências**. Geografia do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 1990. v.2, Região Sul. P.113-150.

LONA, A. A. Rio Grande do Sul: O Rio Grande do vinho. **Jornal Bonvicent**. Garibaldi, Junho, 2006. Disponível em: <<http://www.jornalbonvicent.com.br>>. Acesso em: 20 jun. de 2008.

LOPES, K. F. **Tributos incidentes na produção e comercialização de vinho de mesa tinto comum proveniente da Serra Gaúcha**. Instituto Federal do Rio Grande do Sul. Bento Gonçalves, 2011.

MANDELLI, F.; MIELE, A. **Recomendações para produção de videiras em sistemas de base ecológica. Sistemas de condução**. Embrapa. Bento Gonçalves/RS, 2007.

MARTINS, C. R. AMARAL, U.; BRIXNER, G. F.; FARIAS, R. M.; TAYLOR, G. Vitivinicultura no Bioma Pampa. IN: X Encontro Nacional sobre Fruticultura de Clima Temperado, 10., 2007, Fraiburgo, SC. **Anais do...**, Caçador: Epagri, vol 1 (Palestras) 2007. 303p.

MATTEI, L.; TRICHES, V. Análise da Competitividade da Cadeia Vitivinícola do Rio Grande do Sul através do Ambiente Institucional. **Análise Econômica**, Porto Alegre, ano 27, n. 52, p. 161-183, set. 2009.

MALUF, J. R. T.; WESTPHALEN, S. L. **Macrozoneamento agroecológico e econômico do estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, 1994, v.2 p. 307.

MELO, G. W. **Uvas Viníferas para o Processamento em Regiões de Clima Temperado**. 2003. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/sprod/UvasViniferasRegioesClimaTemperado/index.htm>>. Acesso em: 27 nov. 2012.

MELLO, L. M. R. **Atuação do Brasil no Mercado Vitivinícola Mundial- Panorama 2007**. Artigos Técnicos. Site Embrapa. Disponível em: http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/panorama2007_vitivinicola_mundial.pdfAcesso em 10 de janeiro de 2014.

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura brasileira: panorama 2011**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 04 jul. 2011.

MELLO, L.M.R.de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2012**. Comunica-do Técnico 137, ISSN 1808-6802, 5p. Junho, 2013, Bento Gonçalves, RS.

NADTOCHIY, S.M.; REDMAN, E.K. “Mediterranean diet and cardioprotection: the role of nitrite, polyunsaturated fatty acids, and polyphenols,” **Nutrition**, vol. 27, no. 7-8, pp. 733–744, 2011.

OCERGS. Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. **Metade Sul: um espaço de ações propositivas**. Porto Alegre: Brasil, 2003.

OIV. Résolution CST 1/2008. **Guide OIV pour une vitiviniculture durable: production, transformatin et conditionnement des produits**. Verone (It): OIV, 2008.

PEREIRA, R.M.F. do A.; LOSSO, F.B. O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na Região de São Joaquim (SC, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 6(2), pp. 181-200, mai./ago. 2012.

POLLNOW, G.E.; DAL MOLIN, L.H.; FONSECA, C.da; CRUZ, J.G.; SILVA, F.N. da; ANJOS, F.S. dos. **A campanha gaúcha: uma nova fronteira vitivinícola a partir da (re)construção de identidades territoriais**. XXII Congresso de Iniciação Científica da Universidade Federal de Pelotas, 18-22 de novembro de 2013.

PRASAIN, J.K.; CARLSON, S.H.; WYSS, J.M. Flavonoids and age-related disease: risk, benefits and critical windows. **Maturitas**, vol. 66, no. 2, pp. 163-171, 2010.

PARISE, S.M. Desenvolvimento Sustentável em Pequenas Propriedades Rurais: Diagnóstico Estratégico em uma Propriedade Rural do Extremo Oeste Catarinense. In: **Congresso Internacional de Administração** Gestão Estratégica: Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade, 2010. Anais, p.7-9.

PIZZOL, R. D.; SOUZA, S. I. DE. **Memórias do vinho gaúcho** - Volume 1. Porto Alegre: AGE, 2014a.

____. **Memórias do vinho gaúcho - Volume 3**. Porto Alegre: AGE, 2014b.

SOUSA, J. S. I. DE. **Uvas para o Brasil**. São Paulo: Melhoramentos, 1969.

PROTAS, J. F. da S. **A vitivinicultura brasileira: realidade e perspectivas**. Artigos Técnicos. Site Embrapa. Disponível: <http://www.cnpuv.embrapa.br/vitivini.html>. Acesso em: 13 out. 2002.

PROTAS, J.F. DA S.; CAMARGO, U.A. **Vitivinicultura brasileira: panorama setorial de 2010**. Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves: IBRAVIN: Embrapa Uva e Vinho, 2011. 110p.

RATHMANN, R. **Estratégias de desenvolvimento e desigualdades regionais: o caso da fruticultura na região da campanha do estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: UFRGS, 2005. (monografia).

RATHMANN, R.; HOFF, D. N.; SANTOS, O. I. B.; PADULA, A.D.. Diversificação produtiva e as possibilidades de desenvolvimento: um estudo da fruticultura na região da Campanha no RS. **Rev. Econ. Sociol. Rural** [online]. 2008, vol.46, n.2, pp. 325-354. ISSN 0103-2003.

ROSA, S.M. Bons vinhos são frutos das uvas, dos bons cuidados nas cantinas e das mãos hábeis dos enólogos. **Revista Adega**. Ed. 25. São Paulo: Inner Editora, Out. 2007.

RUIZ, V.S. Avances en viticultura en el mundo. Rev. Bras. Frutic., Jaboticabal- SP, Volume Especial, E. 131-143, Outubro 2011.

Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. Pampa Gaúcho. Disponível em: <<http://www.turismo.rs.gov.br/portal/index.php?q=destino&cod=3&opt=19&fg=2&tp=19>> Acesso em: 28 mai. 2012

SANTANA, D.M. Atividades Produtivas. In: CHOMENKO, L.; BENCKE, G.A. **Nosso Pampa Desconhecido**. Porto Alegre: Fundação Zoobotânica do RioGrande do Sul, p.168-187, 2016.

SARMENTO, M.B. Potencialidades Bioeconômicas da região do Pampa Gaúcho In: BRUCH, K.L.; SOUTO, J.M.M.; BORGES, M.C. Orgs. **Anais do 3º Simpósio da Ciência do Agronegócio**. CEPAN:UFRGS, Porto Alegre, RS, Nov., 2015, 790p.

SARMENTO, M.B. Diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na Campanha Gaúcha, subdivisão Fronteira Uruguai, Rio Grande do Sul. **Trabalho de Conclusão do MBA em Gestão do Agronegócio**. Universidade Federal do Paraná, PECCA, Educação Continuada, 2014, 72p.

SUERTEGARAY, D.M.A; SILVA, L.A.P.DA. Tchê Pampa: histórias da natureza gaúcha. In: Pillar, V.P.; Müller, S.C.; Castilhos, Z.M.S et al. (Eds.). **Campos Sulinos- conservação e uso sustentável da biodiversidade**. Brasília: MMA, 2012. p.42-62.

SOUZA. S. O; **Desenho e análise da cadeia produtiva dos vinhos finos da serra gaúcha**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de engenharia, Mestrado profissionalizante em engenharia. Porto Alegre, 2001.

SOUZA, G.G.; MENEGHIN, L.O.; COELHO, S.P.; MAIA, J.F.; SILVA, A.G. A uva roxa, *Vitis vinifera* L. (Vitaceae) – seus sucos e vinhos na prevenção de doenças cardiovasculares. **Natureza on line** 4(2): 80-86p, 2006. Disponível em: <http://www.naturezaonline.com.br> Acesso em 13 de maio 2013.

TERUCHKIN, S. U. Os vinhos gaúchos: situação e perspectivas. In: 2º Encontro de Economia Gaúcha. **Anais**. PUC/FEE: 2004. On line: disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/pt/content/eeg/>. Acessado em 20/03/2005.

TONIETTO, J. Valorização do ecossistema: importância da regionalização vitivinícola na produção de vinhos de qualidade. In: Congresso Latinoamericano de Viticultura y Enología, 8, 2001, Montevideu. **Annales**. Montevideu: Asociación de Enólogos del Uruguay, p.1-9. (CD-ROM).

TONIETTO, J.; MANDELLI, F. Clima. Regiões vitivinícolas Brasileiras. In: Uvas para processamento. Brasília: **Embrapa Informação Tecnológica**, 2003. 134p. (Frutas do Brasil, 34).

TONIETTO, J. Afinal, o que é terroir? **Bom Vivant**, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p.08, abr. 2007. Disponível em: www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos. Acesso em 8 de dezembro de 2013.

TONIETTO, J. et al. O Clima Vitícola das Regiões Produtoras de Uva para Vinhos Finos no Brasil. "In" TONIETTO, J.; RUIZ, V. S.; GÓMEZ-MIGUEL, V. D., editores. **Clima, Zonificación y Tipicidad del Vino en Regiones Vitivinícolas Iberoamericanas**. Madrid: Cyted; 2012. p. 105-144.

TRICHES, D.; ZORZI, I. Globalization: The new scientific and technological challenges of Serra Gaúcha-RS Brazil. In: XVII IASP World Conference on Science and Technology Parks, Instambul- Turquia, **Proceedings of XVII IASP World Conference on Science and Technology Parks**, v. 1, 1999, 8 p.

VIEIRA, C.P.; WATANABE, M.; BRUCH, K.L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da indicação de procedência vales da uva Goethe. **Revista GEINTEC**. ISSN: 2237-0722. São Cristóvão/SE, 2012. Vol. 2/n.4/ p.327-343 327. D.O.I.: 10.7198/S2237-0722201200040001.

ZAPATA, T.; AMORIM, M.; ARNS, P.C. **Desenvolvimento territorial à distância**. Florianópolis: SEaD/UFSC, 2007. 153p.

APÊNDICE

Ficha de entrevista para coleta de dados da pesquisa de campo:

1-Que ano iniciou a plantação?

2-Qual a área plantada?

() Menos de 15 ha () Entre 15–25 ha () Mais de 25ha.

3-Produção média por hectare?

4-Quais os varietais cultivados?

() Merlot () Carmen re () Chardonnay

() Cabernet sauvignon () Tannat () Gewurstraminer

() Pinot Noir () Cabernet Franc () Syrah

() Sauvignon blanc () Moscato () Pinot Grigio () Outros _____

5-A produção fica na cidade? Se não, qual o destino?

6-Qual o principal gargalo da cadeia? E em qual/is fase/s da produção se encontra/m?

() Plantio () Manejo do parreiral () Colheita () Comercialização

() Outro/s _____

7-Como você v  a concorrência dos vinhos importados tendo em vista estarmos localizados próximo à fronteira com o Uruguai?

8-Há dificuldade em encontrar mão de obra qualificada? () Sim () Não

9-Quem fornece os insumos?

Mudas _____ Produtos químicos _____

Ferramentas de poda _____ outros

(quais) _____

10-Há incentivos vindos de órgãos públicos? Quais?

11-Por qual razão esta cultura foi escolhida para a Região?

12-Como é feita a distribuição dos produtos? Locais em que são comercializados?

13-De que maneira é feito o transporte do produto? Há problemas logísticos?

14-Possui assistência técnica? ()sim ()não

15-Qual sua opinião sobre a concorrência dos vinhos nacionais com os importados?

() problema para a cadeia () não afeta a cadeia

