

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

O ENOTURISMO NA CAMPANHA GAÚCHA: POSSIBILIDADE DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO E DE SUA VITIVINICULTURA

THE OENOTOURLISM IN CAMPANHA GAUCHA: POSSIBILITY OF DEVELOPMENT IN THE REGION AND ITS VITIVINICULTURE

Wellynthon Machado da Cunha e Cleiton Stigger Perleberg

RESUMO

A Campanha Gaúcha, de grande destaque nas atividades de agricultura e pecuária, há algum tempo vem se destacando na produção de uvas e vinhos de boa qualidade, que colocam esta região como uma das principais regiões vitivinícolas do Brasil. Poucas pesquisas e falta de tradição na área ainda são um entrave para o desenvolvimento de sua vitivinicultura, onde várias áreas estão interligadas, como o enoturismo. O objetivo do presente trabalho é apresentar potencialidades e dificuldades do enoturismo na Campanha Gaúcha, além do que esta atividade pode proporcionar à região, baseado no que foi feito em outros lugares, visando o desenvolvimento socioeconômico e a geração de ganhos a produtores e vinícolas com a preservação do bioma Pampa sendo considerado um ponto muito importante. O Pampa Gaúcho está fortemente relacionado às tradições locais, onde está incluído o turismo rural. Também se situa próximo à fronteira do Brasil com Uruguai e Argentina, onde o fluxo de turistas movimentam a economia de algumas cidades.

Palavras-chave: viticultura, enologia, Pampa Gaúcho

ABSTRACT

Campanha Gaucha, to great prominence in the activities agricultural and livestock, for quite some time is standing out in the production of grapes and wines of good quality, that put this region as one of the main wine regions of Brazil. Few researches and the lack of tradition in the area are still an obstacle for the development of its wine industry, where multiple areas are interconnected, as the oenotourism. The objective of this study is to present potentialities and difficulties of wine tourism in Campanha Gaucha, besides that this activity can provide to the region, based on what has been done elsewhere, targeting the socio-economic development and the generation of earnings to producers and wineries with preserving the Pampa biome being considered a very important point. Pampa Gauchois strongly related to local traditions, where rural tourism is included. Also located close to border of Brazil with Uruguay and Argentina, where the flow of tourists moves the economy of some cities.

Keywords: viticulture, oenology, Pampa Gaucho

INTRODUÇÃO

A Região da Campanha – ou Campanha Gaúcha – está situada entre os paralelos 30° e 50°, assim como as grandes regiões vitivinícolas mundiais e surge como um grande pólo vitivinícola nacional, de grande extensão, que abriga dez cidades: Alegrete, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Itaqui, Maçambara, Quaraí, Rosário do Sul, Sant’Ana do Livramento e Uruguaiana (ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA, 2012 apud CUNHA et al., 2012a). Em relação ao IBGE, a região compõe as micro-regiões: Campanha Meridional, que é delimitada por Aceguá, Bagé, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul; Campanha Central, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento e São Gabriel; e Campanha Ocidental, Alegrete, Barra do Quaraí, Garruchos, Itaqui, Maçambara, Manoel Viana, Quaraí, São Borja, São Francisco de Assis e Uruguaiana (FLORES, 2011). Esta região é destaque na produção de uvas e vinhos no Brasil, mesmo estando a maior parte centralizada na Serra Gaúcha, visto que grandes empresas já estão instaladas e as condições de clima e solo permitem atingir um distinto grau de maturação e é possibilitada a mecanização total nos parreirais.

O grande número de cidades pertencentes à Região da Campanha como os dados acima expressados não representa uma expressiva presença de turistas na região em torno do vinho, os quais podem ser chamados de “enoturistas” e/ou enófilos. O enoturismo na Região da Campanha ainda não é uma prática consolidada e isto se deve bastante ao fato de a mesma não possuir uma tradição vitivinícola como a Serra Gaúcha, além da última já trabalhar com a questão há muitas décadas atrás.

O enoturismo e o turismo em geral movimentam bastante a economia do local em que é praticado, propiciando um desenvolvimento socioeconômico, com geração de empregos, além da melhoria da qualidade de produtos e serviços e maior valorização da marca. A região está localizada próxima à fronteira com Uruguai e Argentina, o que ocasiona um considerável número de turistas, porém não em torno de vinhedos e vinícolas.

Além do enoturismo, a sustentabilidade e a preservação do Bioma Pampa são pontos-chave para uma correta produção de uvas de boa qualidade. Há disponibilidade de terras e que permitem facilmente a mecanização, podendo ser preservada a vegetação nativa e contando com a responsabilidade dos produtores em relação ao correto uso de fertilizantes, o que evita gastos desnecessários ao mesmo e não causa danos grosseiros ao meio-ambiente.

OBJETIVOS

Este trabalho tem o objetivo de apresentar características da Campanha Gaúcha que possam aumentar o enoturismo e dificuldades encontradas para o desenvolvimento da área neste local e da região como um todo.

A partir deste trabalho, busca-se o desenvolvimento socioeconômico da Região da Campanha através da prática do enoturismo, a qual possui cidades situadas na fronteira com outros países da América do Sul (Uruguai e Argentina), ocasionando um grande fluxo de turistas na região, porém o número de visitas em torno de vinhedos e vinícolas ainda é baixo. A região será apresentada como um todo.

REVISÃO DA LITERATURA

A Campanha Gaúcha é marcada por rigorosos inverno e verão, apresentando assim, boa amplitude térmica, também possui solos privilegiados para a viticultura e poucas chuvas

durante a maturação, podendo assim proporcionar a produção de uvas vigorosas e vinhos de qualidade (CUNHA *et al.*, 2012a). Suas condições climáticas propiciam uma maior acumulação de açúcar nas bagas e maior produção de compostos fenólicos, características que favorecem a elaboração de vinhos de qualidade superior. Entretanto, essa região apresenta grande variação de solos, altitude e topografia (DAUDT *et al.*, 1973 apud PÖTTER *et al.*, 2010).

No entanto, alguns estudos expressam a dificuldade de haver a difusão do consumo de vinho local. Para Langbecker *et al.* (2012a) a comercialização de vinhos rio-grandenses na Região da Campanha se torna uma questão um tanto difícil, pois há forte concorrência, principalmente nas questões referentes ao preço, com os vinhos importados, bastante facilitada pela proximidade com a fronteira. Já no centro do país e região sudeste a maior barreira enfrentada é a alta carga tributária que os principais Estados consumidores (Rio de Janeiro, Distrito Federal, São Paulo) atribuem aos vinhos sul-riograndenses, dificultando assim a movimentação no mercado.

Na questão do enoturismo – termo que segundo Valduga (2012) é resultado da união de eno e turismo, sendo que *eno* deriva do grego *oînos* e significa vinho –, vinícolas precisam investir na acolhida de turistas, enfatizando um bom atendimento aos mesmos, com bons programas de passeio e visitas, além de degustações. Além dos fatores citados, é preciso uma maior divulgação do turismo da região, não sendo apenas o turismo rural como motivação para tal (CUNHA *et al.*, 2012a). É importante ressaltar que algumas vinícolas da região já estão bem preparadas para receber visitantes, porém esta prática ainda não está completamente difundida na Região da Campanha.

Acredita-se que a presença de vinícolas renomadas e premiadas no Brasil e no exterior, seja um dos principais fatores que contribuam para o crescimento do enoturismo nesta região, pois estas possuem vinhos de qualidade e suas marcas são conhecidas. Na cidade de Dom Pedrito/RS, está localizado o Curso de Bacharelado em Enologia. Tem-se a criação do Curso, ocorrida em 2011, como um dos principais fatores que podem alavancar a vitivinicultura e posteriormente, o enoturismo na Região da Campanha. Isto devido ao desenvolvimento de pesquisas relacionadas à área e à região, além de ser elemento fundamental de desenvolvimento econômico e social, bem como de melhoria da qualidade de vida da população, uma vez que proporciona o aproveitamento das potencialidades locais (CUNHA *et al.*, 2012a).

O turismo rural é um ponto que pode ser aproveitado pelos empreendimentos, fazendo alusão à tradição local que está diretamente relacionada à Região da Campanha. De acordo com Cunha *et al.* (2012a), a mesma está fortemente ligada ao turismo rural devido ao fato de que em 1845, foi assinada a Paz Farrroupilha, que deu fim à Guerra dos Farrapos, nos campos do Ponche Verde, situado na cidade de Dom Pedrito/RS. O povo local e o gaúcho em si valorizam muito este feito, conservando costumes únicos do estado, como gírias, vestimenta, culinária e danças.

Outro ponto que pode ser considerado vantajoso para a Campanha Gaúcha é o fato de que no Pampa Gaúcho a pecuária é bastante consolidada, com a obtenção de uma indicação de procedência à carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional. A produção de carnes de qualidade garantida e assegurada aliada com a elaboração de vinhos finos de boa aceitação por parte do mercado consumidor pode impulsionar o turismo como um todo na região. A Campanha Meridional está situada no sul do Brasil, na divisa com o Uruguai. É considerada uma região de clima temperado, com temperaturas médias de 18°C, formada basicamente por

coxilhas onde se situam os campos de produção pecuária e por várzeas que se caracterizam por áreas baixas e úmidas (CARNE DO PAMPA GAÚCHO DA CAMPANHA MERIDIONAL, 2013).

Porém, muitas dificuldades ainda são encontradas para a evolução da prática nesta área. A grande distância da capital do estado do Rio Grande do Sul é um considerável fator para o ainda baixo enoturismo na Campanha Gaúcha. As cidades da região estão, em média, situadas a mais de 500 km de Porto Alegre, o que dificulta muito a vinda de turistas vindos de outros estados, principalmente. As cidades de Bento Gonçalves, Garibaldi e Caxias do Sul, situadas na Serra Gaúcha, por exemplo, distam há pouco mais de 100 km da capital, o que facilita muito a presença de turistas da capital e de outros estados (CUNHA *et al.*, 2012a).

Em outras regiões vitivinícolas, como a Serra Gaúcha principalmente, é muito trabalhada a questão do enoturismo. Após a segunda guerra mundial, em 1950, algumas empresas vinícolas começaram a abrir suas portas para a visitação turística. Com o passar do tempo vinícolas se integraram e a vitivinicultura passou a ser o carro-chefe na promoção e divulgação da região, tornando-se hoje, um extraordinário negócio tanto para as empresas como para as agências de viagens, operadoras turísticas e essencialmente para o turista (PAULA *et al.*, 2012).

O que, de fato, causou uma grande impulsão no enoturismo da Serra Gaúcha, mais especificamente no caso do Vale dos Vinhedos, foi a obtenção de indicação de procedência para seus vinhos finos em 2002, e logo após o reconhecimento na União Europeia e a obtenção do selo de denominação de origem, sendo a única região vitivinícola do Brasil a possuir este selo. Valduga (2012) ressalta que, no Brasil, a primeira região certificada foi o Vale dos Vinhedos, na encosta do planalto do Rio Grande do Sul (RS), que se tornou um dos principais destinos enoturísticos da América e o principal destino de turismo do vinho brasileiro.

Para Cunha *et al.* (2012b), considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Atualmente, também se busca uma indicação geográfica para os vinhos finos produzidos na Campanha Gaúcha, o que além de valorizar a marca dos produtos elaborados, também poderá contribuir para o crescimento da área. Deve-se ter em vista que o crescimento do enoturismo na região desenvolverá socioeconomicamente a região como um todo, buscando a sustentabilidade no Bioma Pampa como um forte atrativo e tendo grande destaque. Incluso neste desenvolvimento socioeconômico está o desenvolvimento rural. De acordo com Langbecker *et al.* (2012b) a definição de rural considera a terra como elemento definidor, estabelecendo as relações econômicas, políticas e sociais da população do campo. O rural é multissetorial e multifuncional, ou seja, possui funções produtivas, ambientais, ecológicas, sociais.

METODOLOGIA

Para a elaboração deste trabalho, buscou-se seguir uma linha de pesquisa já traçada por Cunha *et al.* (2012a), que buscou elencar as potencialidades do enoturismo na Campanha

Gaúcha, onde estão localizados empreendimentos bem sucedidos e o Curso de Bacharelado em Enologia, da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) campus Dom Pedrito. Alia-se a este trabalho a sustentabilidade e a preservação do Bioma Pampa como um fator de suma relevância. Com a colocação do curso na região, faz-se possível um maior número de pesquisas na área a fim de impulsionar sua vitivinicultura e contribuir para melhorias significativas socioeconomicamente.

Foram feitas revisões bibliográficas e pesquisas pela região, assim como em sites e jornais, a fim de encontrar métodos para ampliar o enoturismo e o setor como um todo na Região da Campanha, favorecendo o desenvolvimento socioeconômico de onde está inserido. Estudos antigos foram encontrados em relação à sua viticultura, os quais já se indicavam as zonas de fronteira com o Uruguai e a Argentina como apropriadas ao cultivo de uvas viníferas (*Vitisvinifera*); nesta região, o clima apresenta-se mais seco e com maior luminosidade do que o da Serra Gaúcha, tradicional região de produção de vinhos no Brasil, de acordo com o que afirma Daudt *et al.* (1973) apud Pötter *et al.* (2010). O desenvolvimento socioeconômico, tendo como foco o desenvolvimento rural, e a colocação dos vinhos elaborados na região foram discutidos em trabalhos de Langbecker *et al.* (2012a) e Langbecker *et al.* (2012b) em projetos pelo Grupo PET Agronegócio, localizado também na UNIPAMPA, em Dom Pedrito/RS.

Também foi debatido o caso do Vale dos Vinhedos, de acordo com o que expressa Valduga (2012) e Cunha *et al.* (2012b), além de informações buscadas no noticiário local e em visitas de campo, onde observou-se a grande importância da obtenção de uma indicação geográfica para vinhos finos e espumantes oriundos dessa região. Aumento no enoturismo, o desenvolvimento de todo o meio, a otimização na produção de uvas e vinhos, a valorização das terras e uma maior agregação de valor a esses produtos são principalmente atribuídos a este fator.

LIMITAÇÕES

A literatura sobre enoturismo é praticamente inexistente, há pouco interesse no assunto por parte de pesquisadores e universidades, e só recentemente têm aparecido alguns estudos sobre o tema, com ênfase no setor vinícola (VALDUGA, 2012). Indo de encontro com o que Valduga (2012) expressou, dados sobre esta área na Campanha Gaúcha são ainda mais escassos.

RECOMENDAÇÕES DE ESTUDO

Para o crescimento do enoturismo e da vitivinicultura na Campanha Gaúcha, é importante que se façam pesquisas em torno da caracterização da região, para a otimização na produção de uvas e na elaboração dos vinhos a partir destas, pois várias pesquisas comprovam no caso do Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha. Após a obtenção de um selo de indicação de procedência obteve-se uma evolução no turismo em hotéis, restaurantes, vinhedos e vinícolas, além de um maior valor agregado a seus produtos, aumento no preço das terras e geração de empregos.

É necessário que se busquem métodos de atrair renda através do enoturismo, aproveitando as características da região e suas potencialidades. Um dos pontos de extrema importância é a preservação do Bioma Pampa, de relevo e vegetação diferente de outras regiões brasileiras, que permite a mecanização total de vinhedos e no qual há boas condições de clima e solo para a viticultura. A sustentabilidade pode ser considerada um diferencial da produção nesta região, visando um correto uso de defensivos agrícolas, o manejo correto dos solos e, aliado à isso, a obtenção de uvas de grande qualidade, gerando lucros aos viticultores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARNE DO PAMPA GAÚCHO DO PAMPA MERIDIONAL. **Campanha Meridional: Pampa Gaúcho da Campanha Meridional – Uma região única no mundo**. Disponível em: <<http://www.carnedopampagaucho.com.br/index.php?secao=secao&mostraconteudo=6>> Acesso em: 19 jul. 2013.

CUNHA, W. M.; PAULA, D. L. S.; MARTINS, W. M. ANTES, S. **Potencialidades do enoturismo na Campanha Gaúcha**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO EM TURISMO, 2., 2012, Santa Vitória do Palmar. FURG, 2012a. Disponível em: <<http://www.petagronegocio.com.br/publicacoes/wellynthon-enoturismo-siepetur2012.pdf>> Acesso em: 06 jul. 2013.

CUNHA, W. M.; LANGBECKER, T. B.; PERLEBERG, C.S. Indicação Geográfica: oportunidade e desafio nas regiões Campanha e Serra do Sudeste do Rio Grande do Sul. In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 4., 2012, Bagé. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**. Bagé: UNIPAMPA, 2012b. Disponível em: <<http://seer.unipampa.edu.br/index.php/siepe/article/view/1245>> Acesso em: 12 jul. 2013.

FLORES, S. S. **Desenvolvimento territorial sustentável a partir dos territórios do vinho: o caso dos “Vinhos da Campanha”**. 2011. 153f. Dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Geografia como requisito para obtenção do título de Mestre em Geografia, Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre, 2011.

LANGBECKER, T. B.; VALLEJOS, A. F.; ZEPPEFELD, P. B.; ANDREATTA, T.; PERLEBERG, C. S. Cadeia produtiva da uva para vinhos finos – um estudo de caso no município de Dom Pedrito –RS. In: ENCONTRO DE ECONOMIA GAÚCHA, 6., 2012, Porto Alegre. **Anais do 6º Encontro de Economia Gaúcha. Porto Alegre: PUC-RS, 2012a**. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/eventos/eeg/?p=trabalhos>>

LANGBECKER, T. B.; CUNHA, W. M.; PERLEBERG, C.S. Desenvolvimento Rural: Uma Oportunidade de Conhecimento. In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 4., 2012, Bagé. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**. Bagé: UNIPAMPA, 2012b. Disponível em: <<http://seer.unipampa.edu.br/index.php/siepe/article/view/1213>> Acesso em: 12 jul. 2013.

PAULA, D. L. S.; CUNHA, W. M.; MARTINS, W. M. ANTES, S. **Turismo através do profissional em Enologia**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO EM TURISMO, 2., 2012, Santa Vitória do Palmar. FURG, 2012.

PÖTTER, G. H.; DAUDT, C. E.; BRACKMANN, A.; LEITE, T. T.; PENNA, N. G. **Desfolha parcial em videiras e seus efeitos em uvas e vinhos Cabernet Sauvignon da região da Campanha do Rio Grande do Sul, Brasil**. *Ciência Rural*, Santa Maria, v.40, n.9, p.2011-2016, set, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84782010000900025> Acesso em: 17 jul. 2013.

VALDUGA, V. **O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil)**. *CULTUR*, Ilhéus, ano 6, n. 02, jun., 2012. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano6-edicao2/8.enoturismo.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2013.