

A PRODUÇÃO DE VINHOS FINOS DE ALTITUDE E A INTRODUÇÃO DO ENOTURISMO NA REGIÃO DE SÃO JOAQUIM (SC): NOTAS PRELIMINARES¹

THE PRODUCTION OF FINE ALTITUDE WINES AND THE INTRODUCTION OF WINE TOURISM IN THE REGION OF SÃO JOAQUIM (SC): PRELIMINARY NOTES²

LA PRODUCCIÓN DE VINOS FINOS DE ALTITUD Y LA INTRODUCCIÓN DEL ENOTURISMO EN LA REGIÓN DE SÃO JOAQUIM (SC): NOTAS PRELIMINARES³

Flavia Baratieri Losso

flavia@ifsc.edu.br

Instituto Federal de Santa Catarina

Mestranda em Turismo e Hotelaria - UNIVALI

Especialização em Gestão e Planejamento Turístico e Hoteleiro - UNICE – França

Graduação em Turismo e Hotelaria - UNIVALI

Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira

raquelfontespereira@gmail.com

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

Doutora em Geografia - USP

Mestre em Educação - UFSC

Especialista em Geografia do Desenvolvimento - UFSC

Graduação em Geografia – UFSC

Correspondência:

Rua da Capela, 1081 Campeche Florianópolis CEP 88063-400

Data de Submissão: 02/11/2010

Data de Aprovação: 03/05/2011

RESUMO

No presente artigo enfoca-se a região de São Joaquim, das suas origens até a atualidade, buscando identificar os principais condicionantes naturais e humanos que, ao longo do tempo, foram responsáveis pela evolução socioeconômica dessa região em que atualmente vem se destacando a produção de vinhos e a prática do turismo. A área objeto da análise engloba os municípios de São Joaquim, Urubici, Bom Retiro, Urupema, Painel, Bom Jardim da Serra e Rio Rufino. A abordagem apoia-se no paradigma de formação socioespacial, referencial teórico proposto por M. Santos que permite a apreensão das múltiplas determinações definidoras da realidade. A aplicação da categoria de formação socioespacial é complementada pelas ideias de A. Cholley que sugerem considerar, na análise do espaço geográfico, o modo como se combinam, ao longo do tempo, numa determinada área, os elementos físicos, biológicos e humanos. A vitivinicultura da região de São Joaquim desponta como uma atividade promissora que, aliada ao desenvolvimento do turismo, se apresenta como uma nova alternativa econômica para a região.

PALAVRAS-CHAVE: formação sócio-espacial, enoturismo, região de São Joaquim.

ABSTRACT

This article focuses on the region of São Joaquim, in Santa Catarina, Brazil, from its origins through to the present, seeking to identify natural and human factors that have, over time, led to the social and economic development of this region in which wine production and tourism have become major industries. The region that is the focus of analysis encompasses municipalities of São Joaquim, Urubici, Bom Retiro, Urupema, Panel, Bom Jardim da Serra and Rio Rufino, in Santa Catarina, Brazil. The approach is based on the paradigm of socio-spatial formation, a theoretical framework proposed by M. Santos that enables the multiple determinations that define the reality to be comprehended. The application of the category of socio-spatial formation is complemented by the ideas of A. Cholley, who suggests including, in the analysis of geographical space, the way the physical, biological and human elements combine in a given area over time. Wine production and grape culture in the region of São Joaquim is emerging as a promising activity which, together with the development of tourism, is presented as a new economic alternative for the region.

KEY WORDS: socio-spatial formation, wine tourism, region of São Joaquim.

RESUMEN

En el presente artículo se enfoca la región de São Joaquim, desde sus orígenes hasta la actualidad, con el propósito de identificar los principales condicionantes naturales y humanos que, a lo largo del tiempo, fueron responsables por la evolución socioeconómica de esa región, en la que actualmente se viene destacando la producción de vinos y la práctica del turismo. El área objeto del análisis engloba los municipios de São Joaquim, Urubici, Bom Retiro, Urupema, Painel, Bom Jardim da Serra y Rio Rufino. El abordaje se apoya en el paradigma de formación socioespacial, marco referencial teórico propuesto por M. Santos, que permite la comprensión de las múltiples determinaciones definidoras de la realidad. La aplicación de la categoría de formación socioespacial se ve complementada por las ideas de A. Cholley, que sugieren considerar, en el análisis del espacio geográfico, el modo en que se combinan, a lo largo del tiempo, en una determinada área, los elementos físicos, biológicos y humanos. La vitivinicultura de la región de São Joaquim despunta como una actividad prometedora que, aliada al desarrollo del turismo, se presenta como una nueva alternativa económica para la región.

PALABRAS CLAVE: formación socioespacial, enoturismo, región de São Joaquim.

1 INTRODUÇÃO

A ocupação do território que hoje corresponde ao estado de Santa Catarina foi lenta e marcada, desde a sua gênese, por uma distinção entre o litoral e as encostas da fachada atlântica, com seus numerosos vales e o planalto. As primeiras povoações foram fundadas pelos vicentistas no litoral, no século XVII, enquanto que na região do planalto, os primeiros núcleos de povoamento tiveram sua origem ligada ao tropeirismo, relacionado ao deslocamento de tropas do Rio Grande do Sul para São Paulo, facilitado pela presença de manchas de campo natural.

A área objeto deste estudo (figura 1) integra a microrregião dos Campos de Lages que representa uma parcela do território catarinense marcada pela altitude, manchas de campo e florestas de araucária, além da presença de grandes cânions, sendo considerada a região mais fria do país. Ela constitui uma das poucas áreas do território brasileiro onde há precipitação de neve.

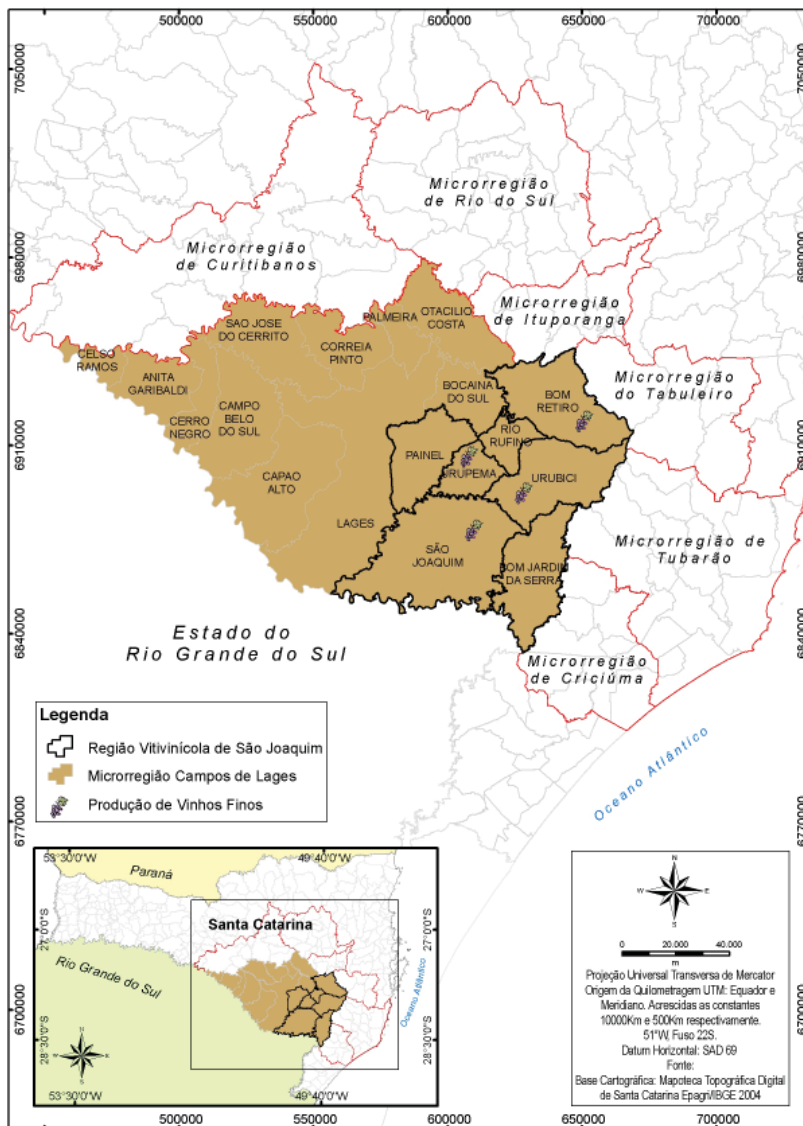


Figura 1: Representação geográfica da Microrregião dos Campos de Lages.
Fonte: Elaborado pela geógrafa Renata Duzzioni, (2010).

A análise apresentada neste artigo fundamenta-se no referencial teórico proposto por Milton Santos (1982), tomando por base o paradigma de formação socioespacial que permite a apreensão da realidade levando em conta as características naturais que vão se modificando para atender às demandas sociais, definidas não somente por imposições locais, mas também, regionais, nacionais e internacionais. A aplicação da categoria de formação socioespacial, por sua vez, é complementada pelas ideias de A. Cholley (1964) que sugerem considerar, na análise do espaço geográfico, o modo como ao longo do processo histórico se combinam numa determinada área, os elementos físicos, biológicos e humanos.

A criação e o comércio de gado marcaram o primeiro ciclo econômico da região dos Campos de Lages dando origem ao latifúndio pastoril e, a partir da década de 1940, ao ciclo da exploração madeireira. A diversificação da economia regional foi estimulada pelo surgimento da indústria de papel e celulose, do avanço e incremento da agricultura e, mais recentemente, com o desenvolvimento da fruticultura de clima temperado, dos reflorestamentos e da atividade turística.

Os acidentes geográficos impostos pela Serra Geral e do Mar dificultaram, desde os primórdios do povoamento, a ligação entre o litoral e o planalto de Santa Catarina. A movimentação das tropas, o comércio de carne e outros derivados de bovinos, que constituíram as bases do desenvolvimento

do planalto catarinense, permaneceram praticamente isolados das atividades litorâneas. A barreira representada pelas encostas das serras só foi rompida com a construção das novas rodovias, entre as quais a BR 282.

A realidade atual, face às condições geoclimáticas, possibilitou o incremento de atividades ligadas à fruticultura (maçã e uva, por exemplo), além da implementação de uma alternativa econômica viabilizada pela oferta turística. O turismo, como atividade econômica reflexo da evolução da sociedade capitalista, talvez permita à região dos Campos de Lages manter sua identidade de origem, valorizando os hábitos e os costumes oriundos de sua formação social marcada pelo tropeirismo e pela pecuária.

O crescente interesse despertado pelo desenvolvimento desse setor vem evidenciando um potencial turístico ainda pouco explorado naquela região. Tradicionalmente, o estado de Santa Catarina é conhecido pela prática do turismo de sol e mar⁴ e estima-se que o destino turístico “Serra Catarinense” possa vir a ser mais procurado, tornando mais expressivos os investimentos regionais nesse setor.

Considerando a relação que poderia se estabelecer entre as atividades de turismo e de vitivinicultura, um produto como o vinho fino de altitude da região de São Joaquim agregaria valor e influenciaria os fluxos turísticos regionais, trazendo benefícios para a economia regional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

A análise da realidade socioespacial da área objeto deste estudo apoia-se fundamentalmente no paradigma de formação socioespacial formulado por Milton Santos.

Este referencial se identifica com estudos de filiação marxista que revelam uma preocupação com uma abordagem de caráter globalizante da área investigada, cuja apreensão se dá a partir da consideração das “múltiplas determinações” responsáveis por sua definição. Assim sendo, na aplicação do paradigma da formação socioespacial faz-se necessário considerar os aspectos físicos do espaço correspondente aos municípios que compõem a região estudada, bem como a evolução da sociedade que ali se estabeleceu, das suas origens até a atualidade, considerando-se as relações sociais dominantes em cada período histórico e a evolução das forças produtivas, inseridos num contexto mais amplo.

Por outro lado, uma análise espacial mais abrangente torna fundamental considerar as combinações resultantes da totalidade dos elementos que atuam sobre o espaço em questão, pois como enfatiza Cholley ao procurarmos “reduzir a realidade geográfica a seus elementos mais simples, chegamos à noção de combinação de complexo, expresso, essencialmente, por fenômenos de convergência” (1964, p. 139). Portanto, aliado ao conceito de formação socioespacial que implica consideração da evolução das relações sociais e das forças produtivas, o trabalho encontrou apoio também nas ideias difundidas por A. Cholley, que sugere considerar, na análise da organização espacial, a combinação de elementos físicos, biológicos e humanos responsáveis pela sua configuração ao longo do tempo.

Nessa perspectiva teórica, o espaço natural adquire um papel decisivo na determinação da vida do grupo social que nele se instala, sendo que as relações que os integrantes deste grupo estabelecem entre si irão definir a sua própria relação com a natureza, visto que “a História não se escreve fora do espaço e não há sociedade a-espacial. O espaço, ele mesmo, é social” (SANTOS, 1982, p.10). Daí porque a categoria de formação socioespacial é a mais adequada para se apreender a evolução das sociedades, visto que a base “da explicação é a produção, isto é, o trabalho do homem para transformar, segundo leis historicamente determinadas, o espaço com o qual o grupo se confronta” (id., ib.).

Os referenciais adotados permitem, pois, uma abordagem dialética da realidade, propiciando uma análise que pressupõe iniciar o estudo partindo do mais complexo, mesmo sendo abstrato, para o mais simples e concreto, voltando ao complexo que pode ser apreendido de maneira concreta.

Dessa forma, considera-se que “seja qual for a ação, entre as variáveis ou dentro delas, não se pode perder de vista o conjunto, o contexto. As ações entre as diversas variáveis estão subordinadas

ao todo e aos seus movimentos" (SANTOS, 1997, p. 15). Supõe-se que na medida em que o processo de povoamento e urbanização evolui, a região (vitivinícola) de São Joaquim acompanhará as transformações por que passam o país, o próprio estado e a microrregião dos Campos de Lages, promovendo modificações nas relações entre os componentes dessa sociedade.

Quanto à metodologia, este trabalho foi desenvolvido através da pesquisa histórica e exploratória, de abordagem qualitativa, por sua utilidade como suporte para o pesquisador na apreensão da complexidade do tema investigado, permitindo assim, "compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos" (RICHARDSON, 1999, p. 43).

O estudo exigiu uma revisão bibliográfica e a análise documental sobre a região do planalto catarinense, visando a atingir os objetivos propostos, recorrendo-se aos dados disponíveis nos órgãos públicos do estado e da região, assim como aos dados disponíveis nas entidades dos setores de vitivinicultura e turismo. Após esta etapa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas direcionadas às empresas produtoras de vinhos finos de altitude na região de São Joaquim.

3 ORIGENS DA PRODUÇÃO DE VINHO EM SÃO JOAQUIM

A vitivinicultura no Brasil esteve restrita a pequenas áreas em distintos pontos do território nacional até 1875, quando se iniciou, no Rio Grande do Sul, a instalação de imigrantes italianos⁵. A introdução da indústria vitivinícola brasileira está, pois, relacionada à chegada desses imigrantes italianos (século XIX) e sua instalação na Serra Gaúcha⁶ (CORDEIRO, 2006).

Em Santa Catarina, as primeiras mudas de uva plantadas pelos imigrantes italianos que chegaram, em 1878, na região onde seria fundada a cidade de Urussanga, são as responsáveis pelo início da vitivinicultura catarinense que conhecemos hoje (LOMBARDO, 2009).

"Os italianos trouxeram mudas e sementes de *vitis viníferas*⁷, mas elas não se adaptaram à úmida região" (LOMBARDO, 2009, p. 49). A cultura da uva e o hábito do consumo do vinho faziam parte do patrimônio cultural acumulado dos imigrantes italianos oriundos na sua maioria da região do Trento, acostumados a dispor do vinho em seu ritual à mesa. Diante das condições naturais adversas, foram buscar videiras que se adaptassem às características climáticas da região de Urussanga⁸, mesmo que o vinho resultante se apresentasse diferente da bebida já consumida na Itália. "Recorreram então às variedades americanas⁹ e híbridas, como a Isabel, mais resistentes a pragas e ao clima tropical" (id. ib.).

Segundo Jean Pierre Rosier, enólogo e gerente regional da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina de Videira - EPAGRI, a produção de vinhos em Santa Catarina concentra-se em três regiões, de acordo com suas características e a tradição da cultura: região tradicional, região nova e região super nova.

De acordo com essa classificação, a região definida como tradicional abrange o Vale do Rio do Peixe (municípios de Videira, Tangará, Pinheiro Preto, Salto Veloso, Rio das Antas, Iomerê, Fraiburgo e Caçador), que apresenta maior porcentagem de bebida comum, e a Carbonífera (Urussanga, Pedras Grandes, Braço do Norte, Nova Veneza e Morro da Fumaça), cuja base histórica da produção são os vinhos coloniais. Há uma pequena fabricação de vinhos finos, que ainda apresenta crescimento. As cidades de Rodeio, Nova Trento e as que se localizam no Oeste, perto de Chapecó, compõem a chamada nova região, onde há pouca quantidade de bebidas finas, sendo mais frequentes as comuns e coloniais. A chamada região super nova, ou de altitude, que compreende as cidades do planalto serrano, está investindo apenas na produção de vinhos finos (BRDE, 2005, p. 38-39).

Atualmente, a região Meio-Oeste é a maior produtora de vinhos do estado de Santa Catarina. Foi nela que, na primeira metade do século XX, italianos que haviam migrado do Rio Grande do Sul deram início à construção da mais expressiva cadeia vitivinícola de Santa Catarina (CORDEIRO, 2006). A produção da uva e do vinho no Meio-Oeste catarinense é constituída principalmente de uvas de origem americana e híbrida¹⁰. Apenas na década de 1970, com a criação em Santa Catarina do PROFIT (Projeto de Fruticultura de Clima Temperado) é que houve um grande incentivo para o plantio de castas europeias (EPAGRI, 2004). Desde o final da década de 1990, entretanto, vem ocorrendo uma reversão das expectativas no plantio das variedades de castas europeias, representada

por novos plantios, inclusive em áreas não-tradicionais para o cultivo da videira, como é o caso das regiões de elevada altitude (acima de 950 metros).

Assim como ocorreu com o setor macieiro, as condições geográficas da região do planalto catarinense favorecem a produção de uvas, especialmente as da variedade *vitis viníferas*.

A região do planalto sul catarinense apresenta características climáticas com a predominância de invernos rigorosos, primavera e verão amenos, além de outono com alternância de temperaturas diurnas e noturnas e baixo índice pluviométrico na época de maturação e de colheita da uva (BONIN; BRIGHENTI, 2005).

A partir de estudos visando ao desenvolvimento da vitivinicultura no planalto serrano, iniciados na década de 1990 pela EPAGRI e de investimentos de empresas de outras regiões identificados no mesmo período, a produção de vinhos finos vem crescendo. Além das características geoclimáticas adequadas para a produção das castas europeias, há que se considerar também o emprego de sofisticadas técnicas enológicas, bem como as modernas instalações produtivas (BRDE, 2007).

Acredita-se que a história da vitivinicultura na serra catarinense tenha iniciado com o cultivo de parreiras e a fabricação de vinhos coloniais quando os descendentes de italianos que se estabeleceram na região sul do estado de Santa Catarina migraram para o planalto (CORDEIRO, 2006). Há relatos de famílias de origem italiana, instaladas no município de Urubici e São Joaquim, que ainda cultivam uvas das castas americanas, fabricando vinho colonial e suco de uva para consumo próprio.

As famílias de origem italiana que se instalaram na Serra Catarinense, migrando da região sul do estado ou do estado do Rio Grande do Sul, ali chegaram atraídas pelo extrativismo da madeira e pelo comércio. Há famílias que saídas de Urussanga dedicaram-se à agricultura, mas a dificuldade de escoamento da produção levava à impossibilidade do comércio desses produtos e o retorno à região de origem. Elas mantiveram o cultivo das uvas de variedade americana para a produção de vinho colonial destinado ao consumo próprio. O hábito de beber vinho, nessas famílias de origem italiana, está relacionado ao instinto de preservação da cultura, visto que o consumo permanece como um mecanismo de manutenção de suas origens, relacionado aos hábitos de seus antepassados.

O início dos experimentos da Epagri e o plantio de 50 plantas experimentais de uvas *Cabernet Sauvignon* realizado pela vinícola Monte Lemos que detém a marca Dal Pizzol foram o incentivo que faltava para que Acari Amorim, Francisco Brito, Nelson Essenburg e Robson Abdala adquirissem uma propriedade em São Joaquim, no ano de 1999, dando início à Quinta da Neve. Atualmente o empresário Adolar Hermann (proprietário da importadora de vinhos Decanter) possui a parte na sociedade que foi de Francisco Brito e Nelson Essenburg (LOMBARDO, 2009).

Entre os investidores pioneiros dessa nova fase da vitivinicultura, agora voltada diretamente ao comércio do vinho fino, destacam-se as empresas Quinta da Neve e Villa Francioni, mas há muito mais para relatar, pois a busca pela diversificação de sua produção fez com que o empresário Everson Suzin, descendente de italianos e proprietário junto com o pai e o irmão da Agro Suzin (empresa familiar formada em 1977), plantasse em 2001 suas primeiras videiras (LOMBARDO, 2009).

Em 2000, o empresário Dilor de Freitas adquiriu uma propriedade no município de Bom Retiro, onde em 2001 iniciou o cultivo de uvas finas. No ano de 2002, adquiriu sua propriedade de São Joaquim e lançou a construção de sua vinícola onde estabeleceu a sede da Villa Francioni e o centro de visitas (CORDEIRO, 2006; LOMBARDO, 2009).

O empresário Nazário Santos, a partir de uma sociedade com um grupo de profissionais liberais paulistas, idealizou a Quinta Santa Maria. A propriedade da vinícola está instalada no distrito de Pericó, numa altitude que varia entre 1100 e 1300 metros. Para a produção dos vinhos foi feita uma parceria com o enólogo Jean Pierre Rosier e a cantina instalada na propriedade, ainda inacabada, garante o emprego da técnica e a eficiência idealizada no manejo de pequenos lotes de vinho (ARTENOLOGIA, 2009).

Atualmente, na região vitivinícola de São Joaquim, já é possível destacar os municípios de São Joaquim, Urubici, Urupema e Bom Retiro, onde estão instaladas as propriedades dos produtores Villa Francioni, Quinta da Neve, Quinta Santa Maria, Suzin, Sanjo, Pericó, Santo Emílio, Serra do Sol, dentre outros. O fluxo de investimentos nacionais ocorridos no setor de vitivinicultura nestes municípios nos últimos anos pode ser visualizado no mapa abaixo:

Suzin	Agro Suzin (Família Suzin)	São Joaquim	2001	10 hectares	- Cabernet Sauvignon 2007 - Merlot 2007 - Pinot Noir 2009 - Rosé 2008
Sanjo	Capital próprio de parte de associados da Sanjo – Cooperativa Agrícola de São Joaquim	São Joaquim	2002	25,7 hectares	- Maestrale Cabernet Sauvignon - Maestrale Integrus - Nobrese Cabernet Sauvignon - Núbio Sauvignon Blanc - Núbio Cabernet Sauvignon - Núbio Rosé Cabernet Sauvignon
Pericó	Grupo Malwee (Wander Weege)	São Joaquim	2007	15 hectares	- Taipa Pericó - Cave Pericó brut rose - Cave Pericó brut branco - Cave Pericó demi-sec rose - Cave Pericó demi-sec branco
Santo Emílio	Grupo Binotto	Urupema	2004	12 hectares	- Leopoldo - Stellato brut rose - Cellebrato Moscatel
Serra do Sol	Capital próprio (Marcus Zilli)	Urubici	2004	1,7 hectares	- Serra do Sol 2008

Tabela 1: Panorama das empresas de vitivinicultura da região de São Joaquim.

Fonte: Quadro elaborado pela pesquisadora a partir das entrevistas com representantes das empresas, (2010).

Com o objetivo de promover uma marca conjunta de qualidade, em 2005 surgiu a ACAVITIS (Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitude), que vem implementando seu processo normativo desde 2009, com o intuito de afirmar uma marca coletiva. Este projeto pressupõe a elaboração do regulamento do conselho regulador, o estabelecimento de procedimentos padrão de produção e as avaliações sensoriais dos vinhos.

A investigação acerca da vitivinicultura de altitude de São Joaquim, permite observar a tendência e a existência de significativos acertos no processo de desenvolvimento do setor, sendo que os recursos naturais raros e diferenciados se apresentam como um fator capaz de gerar vantagens competitivas, estruturando a atividade produtiva com o foco na segmentação de mercado.

Através do suporte de instituições de pesquisa como mecanismo de desenvolvimento de todo o setor produtivo da uva e do vinho, da articulação entre os recursos disponíveis, do crescente investimento em publicidade e propaganda realizado pelas empresas do setor e da identificação de projetos que visam o diferencial do produto afirmado pelas indicações geográficas (ID), é possível destacar a importância das tipicidades que procedem dos vinhos finos de altitude, confirmando então, a criação de um produto diferenciado no país.

4 CARACTERÍSTICAS DO TURISMO NA SERRA CATARINENSE E O SURGIMENTO DO ENOTURISMO

Na região da serra catarinense, as cidades mais visitadas são Lages, famosa pela Festa Nacional do Pinhão e pelos hotéis fazenda; São Joaquim, procurada pela ocorrência de neve e pela colheita da maçã e Urubici, por seus cânions, grutas, cachoeiras e paisagens naturais impressionantes, adequadas à prática do turismo de natureza.

A implantação da atividade turística na região dos Campos de Lages, a partir de meados da década de 1980, foi pioneira na exploração do turismo rural no Brasil.

Para não depender mais dos governos e reduzir a alta vulnerabilidade econômica, inúmeras comunidades rurais passaram a reagir, mobilizando suas próprias forças – mesmo que poucas – para resolver seus problemas. Tal reação é fruto das dificuldades enfrentadas pelas populações rurais de se inserirem no modelo dominante de desenvolvimento (conhecido como modelo pós-fordista), com base em critérios de crescimento do capital, em detrimento do meio ambiente e da qualidade de vida. [...] Foi, portanto, nesse cenário que o turismo rural despertou o interesse da população rural a partir dos anos 1960 na Europa e, no Brasil, a partir da segunda metade da década de 1980. Essa iniciativa contou com o interesse de inúmeros segmentos da sociedade, que vislumbraram nessa atividade uma oportunidade de agregar renda e trazer benfeitorias infra-estruturais para o campo (PORTUGUEZ, 2005, p. 578).

A busca por novas alternativas de renda para as tradicionais fazendas de gado da região identificou na atividade turística uma opção adequada para o incremento da economia local (FILIPPIM; HOFFMANN, 2006).

[...] convencionou-se que o turismo rural tenha se iniciado como fruto de uma política pública na cidade de Lages (Santa Catarina), de onde se disseminou por todo o país. Lages lançou seu produto turístico em 1984, a partir de uma iniciativa da Prefeitura, que contou com parcerias locais importantes para o sucesso da empreitada (ZIMMERMANN; CASTRO, 1996 *apud* PORTUGUEZ, 2005, p. 581).

O relevante papel do turismo na produção e consumo do espaço¹¹ o evidencia como uma importante atividade econômica (RODRIGUES, 1999) e no meio rural, viabiliza o incremento da economia local através da diversificação da produção, oferecendo novas oportunidades para a geração de empregos e renda (PELLIN, 2004).

Conforme Filippim e Hoffmann (2006, p. 32), para a região do planalto catarinense

o turismo apresentou-se como uma opção adequada, pois os recursos paisagísticos, aliados ao clima típico da serra, onde se registram temperaturas negativas e ocorrência de neve e geadas durante o inverno, representavam potenciais atrativos para o mercado turístico emergente.

Neste sentido, o enoturismo pode ser associado à prática do turismo rural que vem sendo realizado de forma singular nesta região. O enoturismo é compreendido como um produto turístico inovador, capaz de se inserir simultaneamente no turismo praticado em espaço rural, no turismo de natureza e no turismo cultural, evidenciando ainda, sua interação com a gastronomia de uma região.

A característica da inovação aplica-se, sobretudo, à forma de organização e ao desenvolvimento assumido pela atividade, onde fundamentalmente, as rotas de vinhos contribuem para o fortalecimento e sucesso deste segmento. O enoturismo traz embutida, na sua essência como atividade econômica, a ideia de transformar o vinho em um evento cultural valendo-se dos aspectos históricos e culturais das regiões produtoras. A atividade “se fundamenta na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e das tradições e tipicidade das localidades que produzem a bebida” (ANSARAH, 2005, p. 294).

Para Falcade (*apud* VALDUGA, 2007), o enoturismo pode ser definido como o deslocamento de pessoas cuja motivação está relacionada ao mundo da uva e do vinho. As rotas de vinho atendem às necessidades dos consumidores e dos estudiosos desta bebida no que se refere ao contato direto com as características do espaço e dos meios de cultivo da vinha, além de permitir a aproximação dos visitantes com o processo de produção do vinho.

Assim, pois, o setor de vitivinicultura da região de São Joaquim desponta como uma atividade promissora, capaz de redirecionar a economia regional aliando-se ao turismo, que parece ser uma consequência aos investimentos vitivinícolas instalados. As paisagens vitícolas servem de âncora na atratividade deste ainda recente segmento - o enoturismo, potencialidade ressaltada pela figura 3. Ela pode ser entendida como a marca de uma civilização e como participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação de uma sociedade torna-se simbólica, portanto subjetiva, sujeita a interpretações sócio-culturais.



Figura 3: Propriedade da Vinícola Santo Emílio, Urupema.
Fonte: Acervo da pesquisadora, (2009).

As características próprias da região para o cultivo da vinha e a produção de vinhos finos de altitude, representam um grande potencial para o desenvolvimento da atividade de enoturismo¹², pois pode despertar o interesse do viajante que já esteja na região ou mesmo atrair visitantes em períodos do ano em que as vinhas se apresentem com os frutos, tornando-se um atrativo a mais na paisagem rural.

Cabe destacar a visão da ACATIVIS que associa a cadeia produtiva do vinho à cadeia produtiva do turismo, ao afirmar que

a vitivinicultura, em todo o mundo, dá visibilidade ao lugar e, atrai para a região onde está instalada outros empreendimentos ligados a essa atividade, que muito emprega e apropria renda no local; como o turismo, a gastronomia e o enoturismo. O enoturismo é um segmento da atividade turística que se fundamenta na viagem motivada pela apreciação do aroma e sabor dos vinhos, da gastronomia e, da cultura e demais valores locais, o que induz a um forte elemento impulsionador do desenvolvimento (ACAVITIS, 2009).

No caso da vinícola Villa Francioni, os investimentos feitos para a produção do vinho, agregaram, desde o início, ao seu projeto, instalações que possibilitassem a visita enoturística (figuras 4 e 5).



Figura 4: Vista panorâmica do edifício da Vinícola Villa Francioni, São Joaquim.
Fonte: Acervo da pesquisadora, (2009).

A estrutura da sede da Villa Francioni foi construída no ano de 2003 possuindo 6 andares que acompanham o declive do terreno para, assim, aproveitar a força da gravidade em todo o processo de vinificação. O visitante paga uma taxa de R\$ 30,00 pela visita, que pode ser revertida em desconto nas compras ao final do passeio. A degustação de vinhos junto à loja instalada no edifício está prevista na taxa de visita.

Ao visitar a Villa Francioni, o turista, acompanhado de um técnico ou enólogo, conhece a história da empresa¹³ e o processo de produção desde a seleção das uvas até o armazenamento do vinho, passeando por uma construção do próprio estabelecimento em estilo italiano, repleto de detalhes em sua arquitetura.

Atualmente, a Villa Francioni recebe visitantes e turistas de todo Brasil, inclusive de outros países. A maioria dos turistas brasileiros vem do estado de Santa Catarina, seguidos por São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais e Rio Grande do sul. Os meses de maior visita são entre maio e agosto, época de maior frio e considerada alta temporada na Serra Catarinense, durante os quais a Villa Francioni recebe aproximadamente 1000 turistas por semana. Nos meses de baixa temporada esse número diminui para 100 a 300 pessoas ao mês.



Figura 5: Fachada do edifício de visita e da adega da Vinícola Villa Francioni, São Joaquim.
Fonte: Acervo da pesquisadora, (2009).

A organização das empresas produtoras de vinho, para a prática do enoturismo nos países do Novo Mundo, tende a manifestar-se primeiramente através de uma loja central nos centros urbanos mais próximos à localização de seus vinhedos. Em São Joaquim, a vinícola Quinta Santa Maria (figura 6) já instalou sua loja, recebendo turistas, fornecendo informações e comercializando seus produtos, bem como oferecendo passeios guiados aos seus vinhedos a partir de degustações que são executadas neste espaço.



Figura 6: Fachada da loja da Vinícola Quinta Santa Maria, centro, São Joaquim.
Fonte: Acervo da pesquisadora, (2010).

O passeio ao vinhedo inicia-se pela manhã com a degustação de seu vinho fortificado tinto harmonizado com café expresso. Em seguida, dirigem-se à fazenda e com um carro “tipo van” os turistas são levados a conhecer os vinhedos estruturados em patamares, o que nos leva à recordar a paisagem da região do Douro em Portugal. Os pomares de maçã, pera *Rocha* (ou portuguesa) e ameixa também podem ser visitados durante o passeio. O almoço é servido às margens do rio Lava Tudo e o custo da visita fica em R\$ 150,00, com desconto de 30% na compra de vinhos.

A Quinta da Neve acaba de finalizar a construção da sua vinícola no distrito de Lomba Seca, em São Joaquim. A propriedade foi adquirida em 1999 e está localizada a 1000 metros de altitude. Com agendamento prévio é possível realizar gratuitamente visitas e degustações junto às vinhas.

Outras empresas do setor vitivinícola de São Joaquim já demonstram atualmente o interesse em empreender no segmento do enoturismo, como é o caso das vinícolas Santo Emílio, Serra do Sol, Pericó e Villaggio Bassetti. Isto se deve ao fato de que por força das relações capitalistas de produção faz-se necessária uma evolução constante ou a introdução de mudança para evitar a estagnação, razão pela qual a investigação realizada manteve-se atenta às inovações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O território da região vitivinícola de São Joaquim pode ser definido por sua significativa riqueza potencial, demonstrada na presença das belezas naturais inigualáveis, com um relevo que o diferencia de todas as outras regiões do Estado e do País. Possui ainda as quatro estações bem definidas e tem no frio do inverno seu ponto alto, onde ocorre o fenômeno da neve, tão raro num país tropical como o Brasil. Nesse território, apesar da ação humana predatória característica do desenvolvimento capitalista, as características da formação socioespacial original trazem à região possibilidades concretas de aplicação dos conceitos da sustentabilidade, seja para a aplicação direta com o manejo do solo e nos cultivos já instalados, ou no planejamento e desenvolvimento da atividade de turismo.

O turismo, devido ao enorme impacto que exerce na vida das pessoas e nos locais em que elas vivem, além da forma pela qual ele é significativamente influenciado pelo mundo que o rodeia, merece uma abordagem analítica mais ampla, no sentido de melhor compreender sua manifestação, propondo uma articulação dos empreendimentos e a criação de rotas e roteiros interligados e complementares, que integrem os diferentes atrativos turísticos de seus municípios. Cabe ressaltar que, a época do caminho das tropas deu origem a uma sociedade que ocupou o planalto catarinense imprimindo características econômicas e culturais que marcaram profundamente a formação social da região. As condições naturais e as realizações humanas formam, pois, "uma rede de relações, de cujo ordenamento os frutos constituem um todo complexo e uma realidade definida" (SANTOS, 2008, p. 116), que já resultaram na constituição de uma oferta turística que antecede ao produto enoturístico apresentado.

Considerando as características próprias da região para o cultivo da vinha e a produção de vinhos finos de altitude, percebe-se o grande potencial para o desenvolvimento e incremento da atividade de enoturismo, capaz de despertar o interesse do viajante que já esteja na região ou em períodos do ano em que as vinhas se apresentem com os frutos, tornando-se um atrativo a mais na paisagem rural, associado aos atrativos naturais e culturais ali existentes, possibilitando a instalação e a oferta de produtos enogastronômicos.

Portanto, cabe destacar a visão de Getz (2000), que definiu o enoturismo como a atividade que engloba

três componentes interligadas: turismo baseado na atração de uma região vinícola e dos seus produtos; forma de marketing e desenvolvimento de um destino ou região; e oportunidade de marketing e vendas diretas por parte dos produtores de vinho. Assim, o Enoturismo, isto é, o turismo em espaço rural ligado ao tema do vinho e da vinha constitui um produto turístico ainda largamente inexplorado em numerosas regiões vitícolas (COSTA; KASTENHOLZ, 2009, p. 1489).

As mudanças no turismo, na atualidade, são influenciadas de maneira decisiva por diversas forças do ambiente. O desenvolvimento tecnológico e suas múltiplas aplicações, não somente no turismo, mas também no conjunto da vida social, se destacam neste contexto (MOLINA, 2003), e este fato pode ser identificado na organização do setor de vitivinicultura na região de São Joaquim, bem como na constituição de seus produtos enoturísticos.

REFERÊNCIAS

ACAVITIS - Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitude. **Histórico**. Disponível em: <<http://www.acavitis.com.br>>. Acesso em: jul. 2009.

ANSARAH, M. G. dos R. **Turismo e segmentação de mercado**: novos segmentos.

ARTENOLOGIA. **A fascinante história da elaboração do Utopia, um vinho com corpo e alma brasileiros, fruto da combinação de ciência e arte na Quinta Santa Maria**. São Joaquim: Qsm, 2009.

BASTOS, M. N. BASTOS, J. M. Atual cenário econômico na região Serrana de Santa Catarina: Urbano X Industrial. In: **Anais VIII Encontro Nacional da ANPEGE**, Curitiba, set/out 2009.

BRDE - BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL (Florianópolis). **Vitivinicultura em Santa Catarina**: situação atual e perspectivas. Florianópolis: BRDE, 2005. 83 p.

BRDE - Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (Florianópolis). **Produção de vinhos finos de altitude no planalto catarinense**: requisitos e pleito de extensão de prazo de carência da linha de financiamento BNDS automático para projetos de vitivinicultura de altitude. Florianópolis: BRDE, 2007. 19 p.

BONIN, V. BRIGHENTI, E. Situação atual e tendências da vitivinicultura de São Joaquim. In: SEMINÁRIO NACIONAL SOBRE FRUTICULTURA DE CLIMA TEMPERADO, 2005, São Joaquim. **Resumo de palestras**. São Joaquim: Epagri, 2005. p. 68 - 71.

CHOLLEY, A. **Observações sobre alguns pontos de vista geográficos**. **Boletim geográfico**. Rio de Janeiro: CNG, mar./abr. 1964.

CORDEIRO, W. **A vitivinicultura em São Joaquim - SC: uma nova atividade no município.** 2006. 132f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias. Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. Florianópolis, 2006.

COSTA, A. KASTENHOLZ, E. O enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas. In: **Congresso de desenvolvimento regional de Cabo Verde**, 1, 2009. Cabo Verde, Anais... p. 1489 - 1508.

DESPLOBINS, G. La recherche de reconnaissance de la qualité dans la vitiviniculture du Santa Catarina (Brésil). In: **Agroalimentaria**. n.17.p. 39-48, jul-dec 2003.

EPAGRI. **Normas técnicas para o cultivo da videira em Santa Catarina.** Florianópolis: Epagri, 2004. (Normas Técnicas).

FILLIPIM, M. L. HOFFMANN, V. E. Turismo rural em fazendas-hotel: um estudo das características da demanda e fatores de influência no Planalto Serrano e Meio-Oeste de Santa Catarina. In: **Visão e Ação**. São Paulo: v. 8, n. 1: p. 31-46, jan/abr 2006.

LOMBARDO, J. A. **Santa Catarina à mesa: a revolução das uvas e do vinho e o renascimento das cervejarias no estado.** 2. ed. Florianópolis: Editora Expressão, 2009.

MOLINA, S. **O pós-turismo.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.

PELLIN, V. A atividade turística no espaço rural catarinense. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, 2004. Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net>>. Acesso em: 2 agosto 2009.

RICHARSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1999.

PORTUGUEZ, A. P. Turismo rural. TRIGO, L. G. G. et al. (Org.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** São Paulo: Roca, 2005. p. 577-586.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, M. **Espaço e Sociedade.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **Espaço e método.** 4. ed. São Paulo: Nobel, 1997.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia.** 6. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

SANTOS, J. V. T. dos. Cantineiros e colonos: a indústria do vinho no Rio Grande do Sul. LANDO, A. M. [et al.] (Org.) **RS: imigração & colonização.** Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

VALDUGA, V. O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos. 2007. 149f. **Dissertação (Mestrado)** - Universidade de Caxias do Sul. Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul, 2007.

NOTAS

¹ Este trabalho foi apresentado originalmente no Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - SeminTUR, realizado pela Universidade de Caxias do Sul - UCS, na cidade de Caxias do Sul - RS em julho de 2010.

² This work was originally presented at the Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - SeminTUR, held at the Universidade de Caxias do Sul - UCS, in the city of Caxias do Sul - RS in July 2010.

³ Este trabajo fue presentado originalmente en el Seminario de Investigación en Turismo del MERCOSUR - SeminTUR, realizado por la Universidad de Caxias do Sul - UCS, en la ciudad de Caxias do Sul - RS en julio de 2010.

⁴ Atividade turística reconhecida pelo lazer junto ao litoral.

⁵ “Promovida a partir de 1875, essa colonização ocorreu sob a instituição da propriedade privada da terra, obrigando os colonos a comprar os lotes, vendidos pelas Companhias de Colonização ou pelo Estado. A inversão em terras, juntamente com o dispêndio em adiantamentos de meios de produção e de subsistência, formaram a ‘dívida colonial’, que inseriu, imediatamente, o colono italiano no mundo mercantil” (SANTOS, 1980, p. 137).

⁶ O colono italiano desenvolveu de imediato uma agricultura diversificada que em grande parte era voltada para o autoconsumo. Porém, para superar dificuldades de concorrência com a região de colonização alemã do estado do Rio Grande do Sul no comércio de produtos coloniais, a solução encontrada “foi a especialização na produção e comercialização do vinho. Na época, este produto era produzido pelos colonos na forma de um artesanato doméstico: após colher a uva, a família camponesa fabricava o vinho na cantina situada embaixo da casa de moradia. [...] Pronto o vinho, ele era vendido aos comerciantes que, já no início do século, o levavam para a cidade de Porto Alegre e São Paulo” (SANTOS, 1980, p. 139).

⁷ *Vitis vinifera* é a casta mais nobre de uvas européias, sendo responsável pela produção de vinhos finos, os mais creditados em qualidade.

⁸ “Já na região Carbonífera há cerca de 120 produtores, que fabricam cerca de 3,5 milhões de litros de vinho. A região distingue-se por apresentar a produção de uma uva característica, a *Goethe*, que possui qualidades próprias que diferenciam o seu vinho das demais cultivadas no Brasil. É uma uva híbrida, com material genético de *Vitis vinifera* e *Vitis labrusca*, que apresenta aroma e paladar de frutas, e cuja tipicidade é um dos elementos que mais contribuem para a divulgação da bebida. Além da *Goethe*, a região produz outras variedades como a *Niágara* e a *Bordô*” (BRDE, 2005, p. 39).

⁹ As uvas americanas são frutas de videiras da espécie *Vitis Labrusca* originária da América do Norte, como por exemplo, a *Bordô*, *Concord*, *Isabel* e *Niágara*.

¹⁰ O mercado brasileiro de vinhos é representado em mais de 80% pelo vinho produzido com base em variedades de *Vitis labrusca* e o sistema de condução latada (as varas são atadas horizontalmente aos fios do sistema de sustentação do vinhedo) é a técnica tradicional de produção empregada. A alta produtividade dessas uvas e a diversidade de uso compensam o baixo preço repassado ao viticultor. Embora a qualidade deste vinho seja medíocre seu preço moderado assegura um mercado regular. Em vez disso, os vinhos finos feitos com as variedades *Vitis viniferas* trazem consigo uma imagem de qualidade. Acessível a uma minoria de consumidores, o seu mercado consumidor não é garantido. Os custos com o cultivo e o menor rendimento desta variedade nem sempre são garantidos no estabelecimento do preço mínimo repassado ao produtor. Nestas condições, o sistema *Labrusca-Latada* garante aos produtores um estabilidade econômica que contrasta com a decisão arriscada de cultivo da *Vitis vinifera* (DESPLOBINS, 2003, p. 41) (tradução livre).

¹¹ “Em cada configuração espacial, um arranjo de paisagens dará origem a distintos entendimentos da *ruralidade* e, desse modo, o turismo que lá for praticado terá aspectos próprios de acordo com a organização histórica, cultural e geográfica de cada lugar” (PORTUGUEZ, 2005, p. 578).

¹² Segundo Molina (2003), as etapas do desenvolvimento turístico e empresarial no mundo são classificadas em três grandes fases: 1) o pré-turismo, com o *Grand Tour* como seu expoente máximo, prática que se originou na Europa durante o século XVIII, estendendo-se até o século XVIII; 2) o turismo industrial que se subdivide em três categorias, o turismo industrial primitivo que teve origem no século XIX e se estendeu até o início da Segunda Guerra Mundial, o turismo industrial maduro, que acusa um impressionante crescimento ininterrupto a partir da década de 1950, passando de 25 milhões de turistas internacionais até mais de 600 milhões na década de 1990 e o turismo pós-industrial que teve início em meados da década de 1980, apresentando novas tendências no turismo como diferenciação dos produtos/serviços e também a desmassificação dos mercados, por exemplo; e 3) o pós-turismo, “que constitui um novo paradigma, uma categoria histórica emergente que altera certas considerações fundamentais do turismo originado anteriormente. As tecnologias de alta eficiência e os fenômenos sociais e culturais da década de 1990 explicam o desenvolvimento do pós-turismo em contraste com princípios que alteram a continuidade dos tipos de turismo industrial” (MOLINA, 2003, p. 27). O enoturismo enquadra-se no quadro do pós-turismo, onde novas categorias e tipos de demanda são concebidas, e a segmentação por estilos de vida torna-se fundamental.

¹³ A Villa Francioni foi fundada por Manoel Dilor de Freitas, empresário do sul do estado ligado à extração carbonífera e ao setor cerâmico. O conglomerado Cecrisa, controlado pelas famílias de Manoel Dilor de Freitas e Álvaro Roberto de Freitas Arns (tio e sobrinho), acumula negócios nas áreas de revestimentos cerâmicos, mineração, colorifício, transporte, comunicação, reflorestamento e construção civil. A maior e mais conhecida das firmas é a Cecrisa Revestimentos Cerâmicos, de capital aberto, composta por cinco fábricas no Brasil. A segunda maior, é a Colorminas, produtora de matérias primas (base e cobertura) para indústria cerâmica. Com o falecimento de Manoel Dilor de Freitas em 2004, seus filhos assumiram o sonho do pai e mantém a diretoria da Villa Francioni, hoje uma premiada vinícola de São Joaquim (SC).