

**Denominação de Origem e Desenvolvimento Territorial: estratégia de
enfrentamento do mercado de vinhos pelos produtores da Serra Gaúcha-RS-
BRA.**

Antonio César Ortega

acortega@ufu.br

Daniel Jeziorny

alemaodaniel@gmail.com

Instituto de Economia da Universidade Federal de Uberlândia



Colóquio Ibérico de Estudos Rurais
Cultura, Inovação e Território

Coloquio Ibérico de Estudios Rurales
Cultura, Innovación y Territorio

Coimbra, Portugal

Outubro / Octubre 23-25, 2008

Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território

Denominação de Origem e Desenvolvimento Territorial: estratégia de enfrentamento do mercado de vinhos pelos produtores da Serra Gaúcha-RS-BRA.

Antonio César Ortega¹

Daniel Jeziorny²

Resumo:

Diante do contexto cada vez mais competitivo do mercado de vinhos, uma das mais tradicionais regiões vinícolas brasileiras, na Serra Gaúcha, estado do Rio Grande do Sul, depara-se com a necessidade crescente de aumentar a qualidade de seus produtos, como uma via alternativa à competição por preços. Assim, por meio de uma associação de produtores, buscou-se constituir uma indicação geográfica (Vale dos Vinhedos), que confere aos produtores certificação de origem. Este artigo, portanto, tem por objetivo central analisar a importância das instituições criadas naquela região produtora para o estabelecimento de uma estrutura de governança que coordene seus agentes para o exercício de ações sinérgicas na busca de soluções para os problemas de ordem coletiva, dos produtores de vinho. Para tanto, lançamos mão do enfoque territorial para sua análise, buscando diálogos teóricos entre diferentes aportes teóricos, mas, particularmente, a Nova Sociologia Econômica (NSE) e suas conexões com a Teoria Econômica Evolucionária.

Palavras-chave: vitivinicultura, Vale dos Vinhedos, enfoque territorial, desenvolvimento territorial

Introdução

Diante do contexto cada vez mais globalizado no mercado de vinhos finos, uma das mais tradicionais regiões vitivinícolas do Brasil depara-se com a crescente necessidade de aumentar a qualidade de seus produtos, a título de melhor enfrentar o acirramento da concorrência que se

¹ Professor do Instituto de Economia da Universidade Federal de Uberlândia-MG-BRA. E-mail: acortega@ufu.br. Endereço: Av. Princesa Izabel, 484 ap. 1201 – Uberlândia-MG-Brasil – CEP 38400-192.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Economia do Instituto de Economia da Universidade Federal de Uberlândia-MG-BRA. E-mail: alemaodaniel@gmail.com Endereço: Av. João Naves de Ávila, 2121 – Bloco J Campus Santa Mônica, Uberlândia-MG-Brasil.

estabelece no setor. Dessa forma, os produtores de vinhos do Vale dos Vinhedos³, na região serrana do Rio Grande do Sul, têm buscado potencializar suas capacidades dinâmicas, com vistas a construir vantagens competitivas que lhes permitam a manutenção de sua tradicional posição junto aos consumidores. Para tal, aglutinaram-se em torno de uma “marca”, de características específicas de seu território, para que se atribuisse aos seus produtos um grau mais elevado de identidade e sofisticação.

Assim, em meados da década de 1990, constitui-se a Associação dos Produtores de Vinho do Vale dos Vinhedos (APROVALE), e busca-se uma estratégia de competição que reduza o impacto da guerra de preços. Não obstante, foi preciso investir na melhoria da qualidade de seus produtos como uma forma de melhor enfrentar os novos ditames de um mercado globalizado.

Nesse sentido, a construção de um selo de Indicação Geográfica⁴ trouxe garantias quanto ao padrão de qualidade do vinho fino produzido na região. Dessa forma, os vitivinicultores do Vale dos Vinhedos oferecem uma sinalização – crível – de que as técnicas de produção local encontram-se em conformidade com uma série de critérios pré-estabelecidos, que conferem ao vinho dos produtores associados à APROVALE uma certificação de qualidade reconhecida internacionalmente e que minimiza o grau de incerteza dos consumidores.

Segundo Karpik (2007), o mercado dos “grandes vinhos” guarda uma lógica específica, sendo que o seu desenvolvimento, geralmente, se apóia sobre três pilares básicos: (i) bons vinhos são incomparáveis; (ii) revelam uma pluralidade de julgamentos de gosto; (iii) merecem ser conservados. Além de que, para o autor, o mercado do vinho é aquele do mistério, da descoberta, do julgamento e da eventual consagração.

Nessa perspectiva, a estratégia da Indicação Geográfica aproveita-se de peculiaridades que o mercado de vinhos finos oferece para se articular a uma proposta que valoriza a história, a paisagem e os costumes locais. Dessa maneira, além do fortalecimento da produção de vinho, surgem, no ambiente rural do Vale dos Vinhedos os incrementos de renda que a atividade turística é capaz de proporcionar.

³ O Vale dos Vinhedos está localizado na Serra Gaúcha, entre os municípios de **Bento Gonçalves** – conhecido como Capital Brasileira do Vinho -, **Garibaldi** – conhecida como Capital Nacional do Champanha - e **Monte Belo do Sul**. Pertencem ao Vale dos Vinhedos todas as terras cujo deságüe acontece no Arroio Pedrinho, numa conjunção territorial que toma parte dos três municípios.

Trata-se, portanto, de um território localizado na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, caracterizado por uma bacia hidrográfica com vários pequenos rios e riachos, que banham uma área montanhosa de 81.123 km², com altitude de 742 metros e temperaturas médias que oscilam entre 16 e 18° C.

⁴ Identificação de um produto ou serviço como originário de um local, região ou país, quando determinada reputação, característica e/ou qualidade possam ser vinculadas essencialmente a esta sua origem particular.

Por meio dessa estratégia, os produtores da região têm conseguido escapar à competição por preços no mercado nacional, em que o câmbio atual, a ausência de barreiras à importação e a forte carga tributária têm feito com que os vinhos estrangeiros cheguem às prateleiras com preços atraentes.

Assim, nosso objetivo, neste artigo, é e utilizar o enfoque territorial em seu sentido instrumental e prático, de análise das dimensões políticas, institucionais e tecnológicas da experiência dos agricultores familiares do território do Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha. Logo, este ensaio passa, fundamentalmente, por muitos aspectos que as **teorias institucionalistas** costumam destacar ao tratarem como indissociáveis os fenômenos do crescimento, da mudança e das instituições.

Desse modo, iniciamos o trabalho com o propósito de localizar o leitor com respeito ao território do Vale dos Vinhedos. Posteriormente, fazemos uma rápida revisão dos conceitos de que estaremos lançando mão ao longo de nossa exposição, a começar pela tentativa de alcançar uma definição satisfatória de território. Em seção seguinte, revisamos a importância da abordagem interacionista oferecida pela Nova Sociologia Econômica para o desenvolvimento territorial. Na sequência, buscamos articular aspectos da abordagem interacionista com a dinâmica do processo gerador de conhecimento e inovação para a formação de sistemas produtivos locais. Por fim, dado que o território no qual estamos baseando nossa investigação se caracteriza, historicamente, como sendo um ambiente rural, fazemos referência, na última seção, a algumas transformações por que tem passado o mundo rural nos últimos anos para, em seguida, finalizar com nossas conclusões.

O Vale dos Vinhedos

O Vale dos Vinhedos é um território localizado na Serra Gaúcha, mais precisamente, na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, sua composição geográfica se dá pela intersecção dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. Trata-se de uma área caracterizada por uma bacia hidrográfica com vários pequenos rios e riachos, que banham uma área montanhosa de 81.123 km², com altitude de 742 metros, e temperaturas médias que oscilam entre 16 e 18° C. Sua colonização iniciou-se por volta de 1875, com a chegada de imigrantes italianos, oriundos majoritariamente das regiões do Vêneto e Trento.

Segundo Tavares dos Santos (1978), são muitos os registros que retratam a cooperação entre esses migrantes para a construção de estradas, casas, igrejas, postos de saúde. Essa história de cooperação e reciprocidade no trato da terra é fundamental para explicar o elevado capital social constituído no território.

Nesse sentido, Tavares dos Santos (ibid.) ressalta, ainda, que a comunidade aparece como dimensão da consciência do colono, as relações sociais são relações diretas, pessoa a pessoa, sem nenhuma intervenção mediadora. O movimento social se norteia pela construção e desenvolvimento da comunidade, em que todas as relações convergem para um sentimento de pertencimento e responsabilidade dos atores sociais.

Importante observar, ainda, que a agricultura familiar reforça as relações de vizinhança, a cooperação entre vizinhos é tida como fundamental para o sucesso das atividades produtivas e a reciprocidade das ações - visto que se trata de um jogo de rodadas repetitivas - assegura que todos possam contar com a força do braço que reside do outro lado da cerca. Tanto no momento do preparo da terra como, e principalmente, nas épocas de colheita da uva.

Atualmente, existem em torno de 375 viticultores cadastrados no Vale dos Vinhedos, os quais costumam organizar-se em forma de núcleos. Cada produtor alia-se a vinícola que se encontra mais próxima de sua propriedade. A produção de uvas do Vale é toda ela consumida localmente.

Após um processo que perdurou por cerca de 12 anos, em 22 de novembro de 2002, o Vale dos Vinhedos tornou-se a primeira região do Brasil a obter uma Indicação de Procedência (IP)⁵ reconhecida pela União Européia.

O primeiro passo para atingir a IP foi a caracterização do território. Sendo assim, após minuciosos estudos, que contaram com esforços de profissionais da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Universidade de Caxias do Sul, ficou geograficamente caracterizado o território do Vale dos Vinhedos.

O titular da IP é a **APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos** –, uma instituição que conta, hoje, com 32 vinícolas associadas e 24 associados não produtores de vinho (queijarias, hotéis, restaurantes, entre outros). De acordo com a

⁵ Tal reconhecimento se deu com base na Lei nº 9.279 e na Resolução nº 075/2000 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

APROVALE, em 2006, as vinícolas do Vale dos Vinhedos produziram 6,9 milhões de litros de vinhos finos, o equivalente a 9,2 milhões de garrafas, e as exportações para a Europa totalizaram 500 mil litros, atingindo cerca de US\$ 1,2 mi. Os países que mais importam esse vinho são: a República Tcheca, a França e a Itália.

A Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (IPVV) contou com 12 inovações⁶ que não estavam presentes na lei de produção de vinhos no Brasil e repercute de diversas formas sobre a vida dos produtores da região, dando suporte à produção de uva e vinho na esfera mercadológica e territorial.

Na esfera mercadológica, a IPVV melhora e torna mais estável a demanda pelo produto, além de aumentar o seu valor agregado e diminuir a ação da concorrência, especialmente, aquela de produtos menos qualificados e de preços mais baixos. Evita-se, assim, a competição por preços e mantém-se uma relativa estabilidade no mercado.

Com relação aos efeitos sobre o território, a IPVV estimula a inovação tecnológica, os investimentos na região e a valorização do principal ativo rural dos agentes, a terra. Ademais, a IPVV ainda incentiva os produtores locais a preservar as peculiaridades ambientais da região, o que, de certa forma, acaba se tornando um atrativo a mais no desenvolvimento do enoturismo na região.

De acordo com a APROVALE, o consumidor brasileiro tem demandado um montante cada vez maior de vinhos finos. Contudo essa demanda tem sido atendida majoritariamente pelos importados, em razão de seus preços serem mais baixos em relação aos nacionais. Isso se deve, principalmente, pela forte carga tributária que incide sobre a produção nacional, mas também pelos menores custos de produção dos vinhos chilenos e argentinos.

Tanto no Chile quanto na região de Mendoza, na Argentina, o clima seco favorece o não surgimento de fungos, logo, a quantidade de defensivos utilizados na produção de uva, nesses locais, é muito menor do que a realizada no Vale dos Vinhedos.

Entretanto a uva do Vale dos Vinhedos desenvolve defesas próprias a muitos desses fungos, o que lhe confere uma característica especial, contribuindo para as qualidades organolépticas do vinho⁷. Assim, por exemplo, dois vinhos do tipo *Cabernet Sauvignon*

⁶ Dentre as quais destacamos: Área geográfica de produção delimitada, conjunto de cultivares autorizadas, todas da espécie *Vitis vinifera* L e limite de produtividade máxima por hectare.

⁷ Característica regional que o vinho carrega consigo.

produzidos de maneira idêntica, porém com uvas cultivadas em locais distintos, jamais terão o mesmo sabor. Essa peculiaridade favorece o desenvolvimento de estratégias baseadas na indicação geográfica.

Perspectiva de território utilizado

Tendo visto que o presente trabalho propõe a utilização da noção de território como um elemento articulador das dimensões políticas, institucionais e tecnológicas, resgata-se, logo de início, o conceito formulado por Abramovay (2004) no qual: *“Território pode ser entendido como uma porção do espaço, que é socialmente construído levando em consideração o histórico de inter-relações sociais e econômicas geograficamente localizadas”*.

Dessa forma, entendemos que noção de territorialidade abarca questões que vão além de sua dotação de recursos naturais, mas evoca o papel central que as instituições exercem sobre a dinâmica da economia e da sociedade local, bem como a importância de sua trajetória histórica. Em outras palavras, as instituições locais importam e suas dinâmicas são determinadas pelo contexto histórico do território. Há, portanto, uma historicidade no âmbito do território, que confere certas idiossincrasias ao funcionamento de seu mercado. Dentre as quais, o histórico de inter-relações sociais aparece como um dos elementos centrais.

O território produz, ao longo do tempo, um determinado conjunto de instituições que servem de base para a ação dos agentes. No âmbito destas instituições, encontram-se as concepções de controle e as estruturas de governança que conduzem a uma espécie de ordenamento das ações individuais.

Importante, ainda, para coordenar as ações territoriais é a institucionalização de uma estrutura de governança. Para Cassiolato & Lastres:

[...] O conceito de governança parte da idéia geral do estabelecimento de práticas democráticas locais por meio da intervenção e participação de diferentes categorias de atores – Estado, em seus diferentes níveis, empresas privadas locais, cidadãos e trabalhadores, organizações não-governamentais etc. – nos processos de decisões locais. (Cassiolato & Lastres, 2003, p. 42).

Sendo assim, além das questões naturais e econômicas, existe uma série de ordenamentos sociais que contribuem para a construção de determinado território. Para Weber (*apud Swedberg*

2005, p. 49), uma ordem social pode ser definida como uma “*relação social orientada por máximas, que devem ser vivenciadas pelos agentes como obrigatórias ou exemplares*”.

Portanto, o indivíduo encontra-se numa situação na qual seus interesses estão **enraizados** (*embedded*) nas relações sociais que mantém com outros agentes. Ou seja, estes são, de fato, racionais, porém suas racionalidades não são ilimitadas, mas, sim, restringidas pelo contexto social (*context-bound*). Em suma, os indivíduos são racionais, mas não são atomizados. E suas inter-relações são peças fundamentais na construção da realidade territorial.

Conseqüentemente, território não é apenas uma questão geofísica, mas, sim, uma construção social sobre uma determinada base geográfica. Obviamente, o conjunto de recursos naturais, disponíveis nesse espaço integra o conjunto de elementos estruturantes do território. Contudo, a maneira pela qual se dará o aproveitamento desses recursos é fortemente relacionada com a historicidade da região e leva consigo as bases sociais historicamente construídas por meio do processo de inter-relação pessoal e institucional.

A abordagem da Nova Sociologia Econômica e a importância da interação entre os agentes.

Para a Nova Sociologia Econômica (NSE), as instituições funcionam como um guia das ações que estruturam a ordem social. São, pois, molduras decisórias que balizam a ação dos agentes, conduzindo-os à cooperação, fortalecendo o sentimento de pertencimento e viabilizando a constituição de um arranjo sócio-produtivo local, consolidando um referencial de comportamento e um elevado grau de comprometimento.

Dessa maneira, para a NSE, a eficiência econômica cede lugar, muitas vezes, à sobrevivência capitalista, na condição de orientador das ações dos agentes. Em vez de otimizações de resultados econômicos, as firmas se orientariam e, muito mais do que isso, se manteriam em atividade, não por estarem sempre maximizando seus lucros, mas por serem capazes de estabelecer redes políticas de sustentação ao longo do tempo. Nestes termos,

[...] A NSE acredita que as questões sociais de legitimação e de controle político-cultural são mais decisórias para a sobrevivência organizacional do que o jogo econômico. (Marques, 2003, p.12).

Por essa ótica, os mercados não seriam assim tão claros a ponto de oferecerem sinalizações perfeitas para os agentes. Antes disso, os mercados são instituições socialmente construídas, e suas dinâmicas são resultado de relações sociais complexas, permanentemente trabalhadas e redefinidas.

O caráter interacionista proposto pela NSE a afasta de outras vertentes da sociologia econômica, especialmente de parte da escola francesa, baseada nos estudos de Bourdieu, que não acredita na importância da interação como método explicativo para a ação. Nas palavras de Marques:

[...] Os contextos, os sistemas de interação, as oportunidades estruturais, os recursos disponíveis e, sobretudo, as molduras decisórias (frames) definem as margens entre as quais flutua o quadro de escolhas de um ator. (Marques, 2003, p. 13).

Dessa forma, os sistemas de interação dão o crivo às escolhas dos agentes, revelando que, de fato, as ações econômicas estariam enraizadas em contextos sociais. Justamente por isso, Reis (2007) afirma – resgatando um conceito cunhado por Hodgson – que as preferências são endógenas, ou seja, os indivíduos tomam decisões por meio de interações de natureza contextual, política e social.

Numa perspectiva semelhante, Fligstein (2003) criou a metáfora do “mercado enquanto política” e, com esta, procura explicar a criação de estruturas sociais que servem de base para o mercado. Essas estruturas buscariam mitigar os efeitos da concorrência por meio da construção de um “mundo estável”, em que a sobrevivência é o grande objetivo. É o caso da APROVALE.

Não obstante, trata-se de uma estrutura de governança privada, que nasce da necessidade dos atores locais em se organizarem para um melhor enfrentamento à concorrência em nível global. Seu sucesso depende diretamente da capacidade local de efetivar tal organização, o que é facilitado pelo sentimento de pertencimento à comunidade.

De acordo com Abramovay:

[...] A sociologia econômica contemporânea tem justamente esta característica de conceber os mercados como resultados de formas específicas, enraizadas, socialmente determinadas de interação social e não como premissas cujo estudo pode ser feito de maneira estritamente dedutiva. (Abramovay, 2004, p.44).

Para NSE, não existe, pois, uma forma padrão de mercado eficiente, para a qual as sociedades industriais tendem a convergir, conforme indicam os pressupostos da teoria neoclássica. Ou seja, a seleção de formas eficazes de mercado pode não estar orientada por escolhas egoísticas, mecanicamente atomizadas. Sendo assim, a “mão invisível” pode, em alguns casos, materializar-se sob a forma de alguma estrutura de governança, estrategicamente montada pelo conjunto social.

Nesse sentido, Reis (2007) defende a existência da intencionalidade dos agentes, ou seja, o desejo dos atores sociais de tomarem para si o controle das situações mediante a criação de contextos que sejam mais estáveis ou, em outras palavras, menos incertos e potencialmente mais manejáveis. Por isso, a afirmação de que os indivíduos possuem intencionalidade. Nas palavras de Reis (2007, p.35):

[...] uma visão mais sofisticada dos atores sociais que intervêm nas interações que formam a vida coletiva parece necessária e útil. As visões institucionalistas do mundo econômico, social e político e as perspectivas sobre a governação não se estruturam plenamente sem uma noção clara de que os atores são relevantes. E eles apenas o são na medida em que se lhes reconheça intencionalidade, consciência e identidade.

Na construção do arcabouço teórico do “mercado enquanto política”, Fligstein (ibid.) atribuiu papel central às instituições, as quais delegou o poder de orientação das ações dos agentes pelos caminhos da competição, cooperação e transação. Nesse sentido, Reis (2007) chama a atenção para o fato de que as instituições reduzem a incerteza, pois servem de base para a ação individual. Dada a impossibilidade de deduzir o futuro a partir do passado, as instituições servem de referenciais à escassez de previsibilidade.

Baseado no conceito de incrustação, a construção social dos mercados ganha relevância, e a visão deste como o amorfo palco do jogo entre oferta e demanda cede lugar a uma análise fundamentada nos mecanismos de ordem social que conduziram a determinada organização mercantil em diferentes regiões. Nesse sentido, a NSE busca apreender as características históricas de construção dos distintos mercados, realçando suas peculiaridades e, portanto, suas divergências. Ressalta-se, pois, que:

[...] A teoria complexa da ação proposta pela NSE vive de atores sociais dotados de racionalidades limitadas, conduzidos por boas razões e por lógicas sociais dominantes, submetidos ao crivo de sistemas de interação que atualizam e reorientam as próprias decisões tomadas. (Marques, 2003, p. 13).

Portanto, se os agentes não são atomizados, são capazes de considerar, em suas escolhas, razões sociais que obedecem as lógicas sociais prevalentes. Dessa forma, podemos entender que as regras de comportamento e os códigos de conduta são instituições de caráter informal, mais facilmente identificadas em nível territorial e que servem de base para a ação dos agentes, portanto, para a configuração da estrutura econômica local. Incluindo-se aí a formação de sistemas produtivos locais, como encontrado no âmbito do Vale dos Vinhedos.

O papel do conhecimento e da inovação na consolidação do território.

O ingresso das vinícolas multinacionais na região produtora de vinho no Rio Grande do Sul - décadas de 1960 e 70 - coincidiu com o a criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e com o surgimento da escola técnica – hoje, Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET). A ocorrência conjunta desses três eventos acabou por se constituir na porta de entrada da inovação na região.

A partir da introdução das técnicas de produção trazidas pelas multinacionais e do desenvolvimento das pesquisas científicas realizadas, principalmente, pela EMBRAPA, as pequenas cantinas do Vale dos Vinhedos passaram a adotar procedimentos mais sofisticados no beneficiamento das matérias-primas.

Além disso, foi importante a maior capacidade empresarial dos jovens que buscaram aprender novas técnicas de produção vitivinícola em países com larga experiência na área, em especial, na França. Autores como Storper (1997), no que denominou de “ativos relacionais”, demonstram a importância do ambiente social e cultural no processo de desenvolvimento regional. De maneira semelhante ao que Putnam (1993) identificou com seus estudos sobre a Terceira Itália.

Nessa perspectiva, ganha corpo a noção de sistemas produtivos e inovativos locais, que podem ser entendidos como:

[...] aqueles arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local. Assim, consideramos que a dimensão institucional e regional constitui elemento crucial do processo de capacitação produtiva e inovativa. (Cassiolato & Lastres, 2003, p. 27).

Dessa maneira, entendemos que o contexto institucional e a forma de regulação que se constituiu no Vale dos Vinhedos, como fruto do histórico de inter-relações entre os agentes, são de fundamental importância para que o processo de difusão de inovação.

Segundo Nelson & Winter (2004), inovação pode ser entendida como qualquer mudança não trivial em produto ou processo. De acordo com os autores, P&D possui uma relação direta com o crescimento de determinada indústria e não pode ser tratada como uma variável independente, mas como uma a ser explicada por outros fatores, dentre os quais, o contexto institucional. Segundo Campolina Diniz et al:

[...] As interações formais e informais dos agentes e instituições, enraizadas no ambiente local, estabelecem redes inovativas, onde a comunicação, a cooperação e a coordenação dos atores agem como elementos facilitadores do processo de inovação. (Campolina Diniz et al., 2004, p. 5).

A citação acima foi extraída de um trabalho que visava estabelecer diretrizes para o funcionamento de políticas de desenvolvimento regional e de ordenamento territorial no Brasil. Nele, os autores identificaram, entre outras coisas, a importância vital dos aspectos locais para a geração e difusão de inovação, ou para a formação de arranjos e sistemas produtivos locais, principalmente com base nos elementos da chamada “tríade marshalliana” – mercado de trabalho especializado; *linkages* entre produtores, fornecedores e usuários; e *spillovers* tecnológicos e de conhecimento.

Sendo assim:

[...] O compartilhamento dos mesmos valores culturais, mesmas rotinas, mesmas organizações, mesma comunidade, mesma vida social gera uma atmosfera de relações sociais e um conjunto de conhecimentos tácitos, que não podem ser transferidos por códigos formais. O compartilhamento e a absorção desses exigem um contato face a face, só possível através da proximidade. (Campolina Diniz et al., 2004, p.7).

Cabe ressaltar que, quando tratamos do conceito de inovação, não nos referimos unicamente à inovação em termos de produto ou processos produtivos, mas estamos adotando uma conceituação mais ampla, aproximando-nos bastante do conceito schumpeteriano. Segundo Conceição (2002), mudanças organizacionais e institucionais também adquirem *status* de inovação.

Ao considerarmos mudanças institucionais como inovações, necessariamente, estaremos admitindo que, da mesma forma que a difusão de tecnologia requer mudanças na organização da produção, a mudança técnica é também possível, se acompanhada por uma mudança cultural ou por uma mudança nos hábitos e rotinas. Segundo Cooke (1997), a forma pela qual se dá a interação entre os agentes também consiste em um fator determinante da mudança tecnológica.

Nesse sentido, encontramos respaldo ao que David Dequech (apud Abramovay 2004, p.44) tem chamado de “virada cognitiva”, ou seja, o fato de que as ciências sociais, de uma maneira geral, têm questionado o que parte da ciência econômica costuma carregar como princípio universal, o fato dos comportamentos humanos serem a-históricos e a-sociais.

Portanto, se os agentes se comportarem de acordo com os parâmetros da “virada cognitiva”, é possível estabelecer um paralelo consistente entre suas ações e o processo de interação no qual estão enraizados. Pois, ao assumirmos um comportamento carregado de historicidade e socialmente restringido, estamos ressaltando, em última instância, o seu caráter interacionista. Tal qual enfatizado pela Nova Sociologia Econômica.

Analogamente, a literatura neo-schumpeteriana enfatiza o caráter localizado e atrelado à forma pela qual se dá o processo de aprendizado que é assumido pela inovação. O conhecimento tácito assume preponderância, juntamente com as instituições e com todo o ambiente sociocultural que as envolve.

Além disso, regiões com alto poder de coesividade estão mais propensas a se organizarem de maneira sinérgica. No caso do Vale dos Vinhedos, o sentimento de pertencimento fundamentado num forte sistema de valores propicia a formulação de um pensamento homogêneo. As empresas encontram-se enraizadas no território, o que faz com que haja um comprometimento maior delas para com a comunidade ao seu entorno. Assim, segundo Becattini (1999): *“Tende a criar-se uma osmose perfeita entre a comunidade local e as empresas”*.

O desenvolvimento estaria, assim, enraizado nas condições sociais da localidade e, dessa forma, as decisões empresarias passariam a ter um caráter também territorial, por absorverem parte da cultura local, por estarem organizadas de forma interdependente entre si e por se utilizarem das externalidades e dos recursos específicos gerados territorialmente, como a mão-de-obra qualificada, por exemplo.

Em suma, temos que o processo inovativo é de fundamental relevância para o enfrentamento da competição, especialmente, em uma sociedade nos moldes atuais, fortemente

baseada no conhecimento. Contudo a inovação vem revestida de um forte caráter territorial, sendo central em sua constituição o exercício das potencialidades territoriais capazes de atuar como molas propulsoras desse movimento. Assim, enaltece-se o papel decisivo que as instituições exercem diante do processo de criação e geração de inovações.

Ademais, a cooperação entre empresas é capaz de formar uma rede de aprendizado interativo, na qual se tem facilitado o fluxo de idéias e experiências, contribuindo para a geração de um estoque de conhecimento pertinente aos participantes da rede. Dessa forma, a concentração espacial pode ser vista como uma forma facilitadora da geração de conhecimento, principalmente por meio da formação de referências coletivas.

A importância do enoturismo para o desenvolvimento da região do Vale dos Vinhedos.

O processo de modernização da agricultura reduziu as atividades e o tempo de trabalho necessário para a produção agropecuária. Isso tem ocasionado o surgimento tanto de um tempo sobrando para os membros das famílias rurais brasileiras, quanto a possibilidade de essa mão-de-obra ser absorvida pelos setores não agropecuários, que vêm se desenvolvendo no mundo rural. Nesse sentido, destaca-se o crescimento do setor de serviços e sua importância na constituição do montante de renda dos habitantes das áreas rurais do Brasil. Esse é o caso dos agricultores familiares do Vale dos Vinhedos, onde o turismo rural tem aparecido como uma das principais fontes de renda local.

De acordo com a APROVALE, em 2001, o Vale dos Vinhedos recebeu cerca de 45 mil turistas, enquanto que, em 2007, esse montante subiu para algo em torno de 120 mil. Além disso, é notório o crescimento do número de estabelecimentos comerciais voltados para o ramo turístico. Nas palavras de Graziano da Silva & Campanhola:

[...] O espaço rural brasileiro não pode ser mais considerado como exclusivamente agrícola, pois há muitas atividades tipicamente urbanas que geram emprego e renda para a população rural, como, por exemplo, aquelas que estão relacionadas com o turismo, o lazer e a moradia. (Graziano da Silva & Campanhola, 1999, p.1).

Atualmente, para que se possa entender a dinâmica socioeconômica do território do Vale dos Vinhedos, é essencial tomar consciência da relevância representada pelo enoturismo no

contexto econômico local. Além disso, a presença de um pólo industrial na região facilita a ocorrência da pluriatividade.

Esse mecanismo, facilitado pela vigência de um novo padrão de produção na indústria, mais flexível e com jornadas de trabalho reduzidas, tem ainda funcionado como uma espécie de colchão amortecedor, reduzindo, substancialmente, o êxodo rural em muitos territórios brasileiros. Como em Nova Friburgo, na região serrana do Rio de Janeiro. De acordo com Carneiro (2003), a presença de uma indústria de confecções de roupas íntimas femininas, de caráter doméstico, alia-se ao turismo rural como alternativa de renda para as famílias dos agricultores locais.

Assim também o é no caso das famílias rurais do Vale dos Vinhedos, na região serrana do Rio Grande do Sul. Além da presença de um pólo moveleiro de grande relevância nacional, apresenta-se uma substancial alternativa de renda oriunda da atividade turística.

Em ambas as regiões, o turismo rural é facilitado pela proximidade dos grandes centros de concentração urbana, as cidades do Rio de Janeiro e Niterói, no caso de Nova Friburgo, e Porto Alegre, no caso da serra gaúcha.

Contudo, de acordo com Graziano da Silva:

[...] O turismo no meio rural pode se constituir em um dos vetores do desenvolvimento local, desde que as decisões sejam tomadas no âmbito local, que haja controle dos processos de desenvolvimento por atores sociais locais, e que as comunidades locais se apropriem dos benefícios gerados. (Graziano da Silva, 1999, p.1)

Entretanto:

[...] Também há que se reconhecer que as respostas dependem do contexto em que estão inseridas. É evidente que o turismo rural, os produtos voltados para "nichos de mercado", a recorrência ao trabalho não agrícola, em sub-contratações para trabalho fabril (domiciliar ou não), indústrias etc. não são possibilidades abertas a todas as famílias rurais. Essas possibilidades estão sujeitas a uma conjunção de fatores objetivos e subjetivos. Entre estes fatores, vale ressaltar: a iniciativa e a capacidade gerencial, isto, obviamente, além da disponibilidade de recursos financeiros; a localização da unidade produtiva; a dotação de recursos naturais com potencial turístico; etc. (Ortega, 2008).

Assim sendo, temos que as atividades turísticas constituem-se, de fato, numa alternativa ao declínio da rentabilidade de algumas das propriedades rurais brasileiras. Porém não se trata de

uma matriz padrão, digna de ser replicada em qualquer território. Fundamentalmente, as estratégias de desenvolvimento local devem partir da base, priorizando as decisões comunitárias e os recursos disponíveis localmente.

No caso do território do Vale dos Vinhedos, a estratégia de desenvolvimento local atrelada ao enoturismo foi uma alternativa plenamente viável em função da herança cultural local. Ou seja, trata-se de uma alternativa de desenvolvimento, endogenamente construída, cujas ações encontram-se em conformidade com a personalidade da região ou, em outras palavras, com a historicidade do território.

Além disso, as lideranças locais foram competentes em encaminhar a construção dessa via alternativa de desenvolvimento. Para tal, aproveitaram-se do romantismo que as paisagens rurais em torno das videiras são capazes de gerar no imaginário das pessoas, bem como da aura de mistério que costuma rondar o universo dos grandes vinhos.

Assim, encontram-se captadas no Vale dos Vinhedos as cinco dimensões de localidade que envolvem a atividade turística rural, identificadas por Groulleau (1994, apud Graziano da Silva 1999, p.3): (i) iniciativa local; (ii) gestão local; (iii) impacto local; (iv) marcado por paisagens locais; (v) com valorização da cultura local.

Finalmente, cabe-nos ressaltar outro aspecto importante, que vem diretamente atrelado ao fenômeno da urbanização do campo. A valorização da terra, principal ativo local, tem feito surgir uma nova categoria de atores, representada pelo grupo de pessoas que tem optado por cristalizar suas reservas de valor mediante a aquisição de propriedades rurais no território do Vale dos Vinhedos. O território do Vale dos Vinhedos vai, assim, sendo redesenhado à medida que se torna cada vez mais integrado a urbanidade.

À guisa de conclusões

O atual processo de globalização representa um grande desafio à vitivinicultura do Vale dos Vinhedos, assim como as barreiras impostas pela natureza o fizeram uma centena de anos atrás. Não obstante, para um melhor enfrentamento aos novos ditames do capitalismo globalizado, foram resgatados, pela comunidade local, aqueles laços de cooperação que permitiram a ultrapassagem daquelas barreiras naturais. Embora as dificuldades atuais sejam bem

diferentes, a forma de enfrentá-las continua baseada no mesmo espírito de antes, a cooperação e a reciprocidade que se desenvolveram, particularmente, entre os migrantes europeus.

Assim, o histórico de cooperação e os fortes laços de interdependência entre os atores, consubstanciados num denso sentimento de pertencimento e responsabilidade para com a comunidade incentivam a participação e a cooperação. Reduzindo-se, portanto, os atritos, que são comuns a todo processo que envolva algum tipo de construção social e econômica. No Vale dos Vinhedos, o associativismo foi a forma encontrada para atingir certa estabilidade no mercado ou, em outras palavras, para melhor sobreviver em um ambiente em constante mutação.

Portanto, territórios, antes de mais nada, são porções do espaço socialmente construídas, dotadas de características próprias, como normas de comportamento e regras de conduta, que podem ou não servir como estopins de um processo de desenvolvimento, dependendo da qualidade de suas instituições. Contudo, no caso do Vale dos Vinhedos, as características bastante homogêneas de um sistema fundiariamente baseado na agricultura familiar e historicamente baseado na cooperação favoreceram o associativismo e propiciaram a constituição de uma estratégia vencedora de enfrentamento da competição em nível global. Evitou-se a guerra de preços ao mesmo tempo em que se enaltecera as competências locais para a construção de vantagens competitivas dinâmicas, difíceis de ser replicadas e, portanto, dignas de sustentarem posições mais vantajosas do que a de seus concorrentes.

Finalmente, cabe ressaltar que essa estratégia, apesar de ter nascido da base comunitária, contou com o apoio do Estado, principalmente por meio do esteio tecnológico por este fornecido. As pesquisas da EMBRAPA e de outras instituições, como as universidades locais e as escolas técnicas, foram de fundamental importância para a constituição de uma força sinérgica em prol do desenvolvimento local a partir da potencialização das características e da historicidade do território.

Referências bibliográfica:

ABROMOVAY, R. *Entre Deus e o Diabo in: Revista de Sociologia da USP* volume 16, n.2, novembro de 2004.

ALMEIDA FILHO & ORTEGA (orgs.), *Desenvolvimento Territorial: Segurança Alimentar e Economia Solidária*. Campinas: Alínea, 2007.

- BECCATINI, G. *Os Distritos Industriais na Itália*. In: Cocco, G. Urani, A, e Galvão, A, P. (Orgs) *Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália*. Rio de Janeiro. DP&A Editores, 1999.
- BECCATINI, G. *O distrito industrial 'marshalliano'*. In: BENKO, G. e LIPIETZ, A. (orgs). *As regiões ganhadoras*. Oeiras-Portugal: Celta, 1994.
- BORDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: ed. Bertrand-Brasil. 2007 (caps. 1,3 e 5).
- CAMPOLINA DINIZ, C. SANTOS, F. e CROCCO, M. *Conhecimento, Inovação e Desenvolvimento Regional/Local*. Ministério da Integração, 2004.
- CARNEIRO, M.J. et al. *Para Além da Produção: Multifuncionalidade e Agricultura Familiar*. Rio de Janeiro, RJ: MAUAD, 2003.
- CASSIOLATO, J. E. & LASTRES, M. L. *O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas*. In: CASSIOLATO, J. E. & LASTRES, M. L. (orgs) *Pequena Empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumara, 2003.
- CONCEIÇÃO, O. A. *Instituições, crescimento e mudança na ótica institucionalista*. Tese (Doutorado em Ciências Econômicas). Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.
- COOKE, P., URANGA, M.G., ETXEBARRIA, G. *Regional innovations systems: Institucional and organizational dimensions*. In: *Research Policy*, V. 26. n. 4 December 1997, p. 475-491.
- COOKE, P. & MORGAN, K. *The associational economy: firms, regions, and innovation*. Oxford [England]; New York: Oxford University Press, 1998.
- FLIGSTEIN, N. *O mercado enquanto política: uma abordagem político-cultural às instituições de mercado*. In: Marques, R. e Peixoto (orgs) *A Nova Sociologia Econômica: Uma Antologia*. Oeiras-Portugal, Celta Editora, 2003.
- GRANOVETTER, M. *Ação econômica e estrutura social: o problema da incrustação*. In: Marques, R. e Peixoto (orgs) *A Nova Sociologia Econômica: Uma Antologia*. Oeiras-Portugal, Celta Editora, 2003.
- GRAZIANO DA SILVA, J. *Sobre a delimitação do rural e do urbano no Brasil: testando as aberturas geográficas das novas Pnads*. 1997. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbano>>. Acesso em: 12 maio 2008.
- GRAZIANO DA SILVA, J. & CAMPANHOLA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. 1999. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbano>>. Acesso em: 12 maio 2008.
- KARPIK, L. *L' Économie des singularités*, Gallimard, 2007.

- MARQUES, R. *Os trilhos da Nova sociologia econômica* In: Marques, R. e Peixoto (orgs) *A Nova Sociologia Econômica: Uma Antologia*. Oeiras-Portugal: Celta Editora, 2003.
- ORTEGA, A. C. *Agronegócios e representação de interesses no Brasil*, Uberlândia: Edufu, 2005.
- ORTEGA, A. C. *Territórios Deprimidos. Os desafios das políticas de desenvolvimento rural*. Campinas, Editora Alínea, 2008.
- PUTNAM, Robert D. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro, FGV Editora, 2000. (2 Edição). (Cap. 6).
- REIS, J. *Ensaio de economia impura*. Coimbra: Edições Almedina, 2007.
- SCHUMPETER, J. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo econômico*. Tradução de Maria Silvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 169 p. (Os Economistas).
- STORPER, M. *The regional world: territorial development in a global economy: Perspectives on economic change*. New York: Guilford Press, 1997.
- SWEDBERG, R. *A Nova Sociologia Econômica: O que já se atingiu, o que seguirá?* In: Marques, R. e Peixoto (orgs) *A Nova Sociologia Econômica: Uma Antologia*. Oeiras-Portugal, Celta Editora, 2003.
- SWEDBERG, R. *Max Weber e a idéia de sociologia econômica*. Editora UFRJ/Beca Produções Culturais. Rio de Janeiro. São Paulo 2005.
- TAVARES DOS SANTOS, J.V. *Colonos do Vinho: estudo sobre a subordinação do trabalho camponês ao capital*. São Paulo, Hucitec, 1978.