


Sobre os eventos, os territórios e suas “(des)harmonizações”: um ensaio a partir do contexto do Pampa brasileiro

On events, territories and their “(dis)harmonizations”: an essay from the context of the Brazilian Pampa

Sobre acontecimientos, territorios y sus “(des)armonizaciones”: un ensayo desde el contexto de la Pampa brasileña

Felipe Leindecker Montebianco ¹  <https://orcid.org/0000-0003-4691-3799>

Xosé Antón Armesto López ²  <https://orcid.org/0000-0002-2725-1382>

Gemma Molleví Bortoló ³  <https://orcid.org/0000-0002-5341-8545>


María Belén Gómez Martín ²  <https://orcid.org/0000-0003-3496-7407>

Rosa Maria Vieira Medeiros ⁴  <https://orcid.org/0000-0001-7189-1902>

- 1 Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)  - Pelotas (RS), Brasil
- 2 Universitat de Barcelona (UB)  - Barcelona, Espanha
- 3 ESIC Business & Marketing School (ESIC)  - Barcelona, Espanha
- 4 Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)  - Porto Alegre (RS), Brasil

Autor de correspondência: felipe.montebianco@ufpel.edu.br

Recebido: 12 Jul. 2025. Aceito: 09 Nov. 2025

Editor de seção: César De David  <https://orcid.org/0000-0003-0872-9181>

Resumo

O ensaio propõe uma analogia entre o conceito de harmonização da enogastronomia e a relação entre os eventos socioespaciais e o território, que pode resultar em equilíbrios e intercâmbios (harmonização) ou em supressão e apagamento de características locais (des-harmonização). O objetivo é discutir o papel do patrimônio e da identidade territorial no desenvolvimento endógeno, tomando como exemplo o contexto do Pampa Brasileiro e seus dilemas de desenvolvimento. A metodologia adotada é a de um ensaio teórico, que dialoga entre a geografia brasileira e a espanhola, utilizando o avanço da soja e a expansão da vitivinicultura como eventos ilustrativos das (des)harmonizações. A argumentação aponta que a soja, em seu avanço extensivo de commodity, tende a atuar como um evento supressor do patrimônio pastoril do Pampa, enquanto a vitivinicultura, como produto atrelado ao conceito de terroir e à diferenciação geográfica, demonstra uma vocação para a coexistência e a co-valorização dos elementos identitários locais. Conclui-se que o setor do vinho possui um potencial catalisador para a ativação de arranjos de desenvolvimento endógeno, podendo capitanear a associação de outros produtos agroalimentares, gastronomia local e turismo, promovendo a “harmonização” no território e oferecendo uma via de diferenciação frente à massificação globalizante.

Palavras-chave: Território. Pampa Brasileiro. Patrimônio. Vitivinicultura. Desenvolvimento endógeno.

Abstract

The essay proposes an analogy between the concept of harmonization in enogastronomy and the relationship between socio-spatial events and the territory, which can result in balances and exchanges (harmonization) or in the suppression and effacement of local characteristics (de-harmonization). The objective is to discuss the role of heritage and territorial identity in endogenous development, taking the context of the Brazilian Pampa and its development dilemmas as an example. The adopted methodology is that of a theoretical essay, which establishes a dialogue between Brazilian and Spanish geography, using the advance of soybean cultivation and the expansion of viticulture as illustrative events of (de)harmonizations. The argument points out that soybeans, in their extensive commodity advance, tend to act as a suppressor of the Pampa's pastoral heritage, while viticulture, as a product linked to the concept of terroir and geographical differentiation, demonstrates a vocation for coexistence and the co-valorization of local identity elements. It is concluded that the wine sector has a catalytic potential for activating endogenous development arrangements, being able to lead the association of other agri-food products, local gastronomy, and tourism, promoting "harmonization" in the territory and offering a path of differentiation against globalizing massification.

Keywords: Territory. Brazilian Pampa. Heritage. Viticulture. Endogenous Development.

Resumen

El ensayo propone una analogía entre el concepto de armonización de la enogastronomía y la relación entre los eventos socioespaciales y el territorio, que puede resultar en equilíbrios e intercambios (armonización) o en la supresión y el borrado de características locales (desarmonización). El objetivo es discutir el papel del patrimonio y la identidad territorial en el desarrollo endógeno, tomando como ejemplo el contexto del Pampa Brasileño y sus dilemas de desarrollo. La metodología adoptada es la de un ensayo teórico, que dialoga entre la geografía brasileña y la española, utilizando el avance de la soja y la expansión de la vitivinicultura como eventos ilustrativos de las (des)armonizaciones. La argumentación señala que la commodity soja, en su avance en extensión, tiende a actuar como un evento supresor del patrimonio pastoril del Pampa, mientras que la vitivinicultura, como producto ligado al concepto de terroir y a la diferenciación geográfica, demuestra una vocación para la coexistencia y la co-valorización de los elementos identitarios locales. Se plantea que el sector vitivinícola posee un potencial catalizador para la activación de arreglos de desarrollo endógeno, pudiendo

capitanear la asociación de otros productos agroalimentarios, gastronomía local y turismo, promoviendo la "armonización" en el territorio y ofreciendo una vía de diferenciación frente a la masificación globalizante.

Palabras-clave: Territorio. Pampa Brasileño. Patrimonio. Vitivinicultura. Desarrollo endógeno.

Introdução

A harmonização, em enogastronomia, pode ser entendida como um diálogo entre bebida e alimento. Para que a harmonização aconteça, é necessário que ocorra um equilíbrio entre, por exemplo, o vinho e a comida, de forma que ambos, reciprocamente, complementem suas boas qualidades, sem que haja sobreposição, supressão ou apagamento das características de um pelo outro.

Na geografia, algo análogo pode ser visualizado ao pensarmos a relação entre os territórios e os eventos de distintas ordens que sobre eles incidem. Tal como na interação entre pratos e vinhos, a relação entre o exógeno e o endógeno, o global e o local-regional também expõem seus (des)equilíbrios ou mesmo suas "(des)harmonizações" no espaço geográfico. De modo que, para além da simples referência ao universo da enogastronomia, falar em "harmonização" é por em voga diferentes vias possíveis de desenvolvimento dos territórios.

Um evento é o portador de um acontecer histórico, nos diz Santos (2006). É o resultado de um feixe de vetores, capaz de levar uma nova função ao meio geográfico preexistente. Há os eventos que implicam mais modificações, acréscimos e substituições e há aqueles mais compatíveis com as heranças fisicogeográficas e sociogeográficas dos lugares. Alguns eventos são mais potencialmente supressores das diversidades naturais, dos espaços construídos, de paisagens e sistemas de práticas locais-regionais. Outros, no entanto, podem se dar através de um diálogo ou intercâmbio com esse patrimônio territorial, por vezes, inclusive, o revitalizando, ou seja, se dão pela via do que seria uma "harmonização" em sentido análogo.

O caso do Pampa Brasileiro, região do quadrante sul do Rio Grande do Sul, é ilustrativo dessas diferentes situações. De um lado, na última década, a região vem sendo inserida com mais força ao mercado global de commodities através do avanço da monocultura da soja, que transforma com velocidade as formas-conteúdo até então postas. De outro lado, o Pampa também vem se firmando como destacado *terroir* vitivinícola, a partir da inserção do vinho como outra "classe" de eventos em curso, que se dá de forma paralela e por vezes conflitante ao avanço da soja, tecendo outro tipo de relação com o território.

Ainda que não sejam evidentemente os únicos a "disputar" esse subespaço, soja e vinho são representativos das "(des)harmonizações" decorrentes das distintas naturezas de eventos socioespaciais. No presente manuscrito, tomamos como base esse contexto pampiano para trazer alguns aportes sobre patrimônio e identidade territorial e desenvolvimento endógeno. Enfocamos, em particular, o tema das potencialidades da relação entre vitivinicultura, produtos agroalimentares e gastronomia local e o turismo. Nesse exercício, trazemos, em particular, contribuições da geografia espanhola, em diálogo com as brasileiras.

Organizamos o texto do seguinte modo: partimos, no primeiro item, de considerações teóricas de âmbito geral sobre patrimônio territorial, identidade territorial e desenvolvimento endógeno, considerando o contexto atual, que se pode classificar como de transição em termos de paradigmas de desenvolvimento.

Em seguida, adentramos a particularidade do contexto brasileiro da região do Pampa, que é ilustrativo das "(des)harmonizações" entre eventos e territórios e, portanto, dos próprios dilemas do desenvolvimento.

Na sequência, retornamos ao âmbito geral da teoria, buscando mais considerações, só que agora enfocando os caminhos da diferenciação, com ênfase nas potencialidades da vitivinicultura e sua relação com produtos agroalimentares e gastronomia local e o turismo.

Por fim, realizamos um balanço dos aprendizados expressos neste texto, que é um exercício introdutório do intercâmbio que vem sendo realizado entre o Centro do Patrimônio e Cultura do Vinho (CEPAVIN), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e o *Grup de Recerca Territori, Turisme i Canvi Climàtic*, da *Universitat de Barcelona*.

Patrimônio, identidade territorial e desenvolvimento endógeno

O patrimônio territorial pode ser entendido como o legado de vidas sociais precedentes no devir histórico dos subespaços, reunindo componentes naturais e os acréscimos artificiais oriundos desse processo, como define Ortega-Valcárcel (1998). Em sua expressão agrária, o patrimônio territorial diz respeito, em particular, à herança histórica da exploração agropecuária, segundo explica Silva-Pérez (2008). Manifesta-se tanto materialmente, nos sistemas de objetos ou paisagens relacionados à produção (edificações, habitats, agroecossistemas, etc), quanto etnograficamente, através de rituais, costumes, saberes, ofícios, artefatos, tradições orais etc. (SILVA-PÉREZ, 2008). O patrimônio territorial é, por isso, um elemento de identidade, ao refletir, já em sua fisionomia, os modos e condições de vida da sociedade que o moldou e o molda (ORTEGA-VALCÁRCCEL, 1998).

Um território, enquanto espaço físico real onde se desenvolvem inter-relações humanas, tem sua evolução balizada pelas relações identitárias que se estabelecem entre esse substrato material e os grupos humanos que nele habitam e intervêm. Assim, a identidade territorial pode ser interpretada como o sentimento de pertença ou pertencimento a um lugar, uma identificação social e uma representação compartilhada de uma consciência de coletividade (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016).

Não sendo de modo algum estática, essa identidade tem seu dinamismo inerente à relação contínua entre comunidade e espaço físico (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016), o que implica em dizer que ela é referenciada no patrimônio territorial legado. Os elementos desse patrimônio, como o são, por exemplo, o sistema socioprodutivo agrário e sua gastronomia resultante, paisagens, entre outros, são pilares que sustentam a identidade territorial, e vice-versa.

Esses conceitos ganham destaque no contexto atual, que poderíamos dizer que é um momento de transição, em que crescem formas de valorização do diverso e do singular, na esteira das sequelas deixadas pelos processos de massificação globalizantes. Mundialmente, a consciência de que se vive uma época de transformação e de ruptura com o passado, leva a uma atitude de reconhecimento de que uma parte de nosso entorno natural-artificial representa um legado valioso, constituindo, por isso, uma herança ou patrimônio, conforme destaca Ortega-Valcárcel (1998). Assim, experiências locais/regionais acumuladas historicamente passam a ganhar notoriedade numa redescoberta da diferença e da pluralidade.

O mesmo contexto mundial de crise e alertas ambientais que dá eco ao tema da biodiversidade, tem o seu correspondente cultural que, frente à massificação das paisagens numa sociedade cada vez mais global, dá eco a um crescente apego cultural ao que é próprio e distintivo: Os territórios e suas expressões humanas, além dos biomas e suas expressões "naturais", tornam-se um valor cultural a contemplar e a conservação e/ou recuperação de suas paisagens aparece como um objetivo político da atualidade (ORTEGA-VALCÁRCCEL, 1998).

No mundo, as tendências globalizadoras geradoras de recursos genéricos e de caráter deslocalizável são confrontadas pela revitalização experimentada pelas identidades locais dos territórios, onde estão ancorados recursos patrimoniais específicos, de caráter singular e irrepetível (SILVA-PÉREZ; FERNÁNDEZ-SALINAS, 2008). Saindo muitas vezes do esquecimento e da marginalidade, esses tipos de paisagens, lugares de trabalho e habitação, espaços de sociabilidades, de expressões orais e rituais singulares, passam agora, ainda que lentamente, a ser vistos como potenciais recursos identitários em que podem se apoiar, inclusive, determinados processos de desenvolvimento (SILVA-PÉREZ, 2008).

Nessa perspectiva, o desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo baseado exatamente na ativação desses fatores que representam a identidade de um lugar. Nisso, se arrolam elementos como produtos agroalimentares locais, línguas ou variantes dialetais regionais, artesanato, folclore, lugares com forte carga histórica, elementos e sistemas de paisagem, referências literárias e/ou artes visuais e teatro, etc. A preservação dos valores dessa identidade é condição iniludível na promoção de um território, o que requer a manutenção dos balanços sociais, políticos e ambientais que são a base dos sentimentos de identidade (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016).

No contexto Europeu, data de meados da década de 1990 o início, por parte da União Europeia, da valorização e fortalecimento da identidade territorial como estratégia de desenvolvimento, com aplicação, sobretudo, nas regiões consideradas periféricas e economicamente deprimidas. Desde então, distintas regiões europeias têm buscado fórmulas de desenvolvimento endógeno em que a atividade econômica se reformule para basear-se mais no aproveitamento dos recursos locais, encontrando nas manifestações socioculturais um eixo em torno do qual se organiza parte importante das estratégias, sobretudo no meio rural (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016). Atualmente, experiências bem-sucedidas não se limitam apenas às regiões mais periféricas, mas também têm sido propostas em áreas rurais de regiões tradicionalmente considerados centrais, bem conectadas aos circuitos de consumo.

Mesmo assim, na atualidade, o continente europeu e seu mundo rural ainda se debate entre essas experiências mais recentes de valorização dos recursos locais e diferenciação e a tendência globalizadora ainda dominante. No Brasil, por sua vez, os dilemas vivenciados no contexto do Pampa, por exemplo, demonstram que esse debate se encontra já disseminado, tendo no pano de fundo questões como a transição do produtivismo ao chamado pós-produtivismo (ARMESTO-LÓPEZ, 2005).

O Pampa brasileiro entre a commodity e os caminhos endógenos da diferenciação

O patrimônio territorial do Pampa é fruto, por um lado, de uma longa história natural que capitaneou a modelagem da região como um domínio diversificado de pradarias, pastiais ou simplesmente de campos. De outro lado, trata-se do produto de uma secular história da humanização dessas paisagens, que foi balizada pela criação extensiva de gado, ou pela “vida pastoril”, no dizer de Queiroz (1977), um universo sociocultural forjado na relação de co-transformação entre campos, rebanhos e as gentes locais. Para além de sua dimensão ambiental, ecológica ou fisionômica “natural”, expressa sua dimensão cultural e agrária, moldada desde a introdução do gado na Banda Oriental pelos jesuítas espanhóis, no século XVII.

Desde muito cedo em sua história, esse patrimônio, sobretudo por estar fundado na extensividade, foi sendo rotulado como “excessivamente entregue à natureza”, “arcaico” ou “pré-capitalista”. Especialmente no contexto do paradigma agrário produtivista do século XX, foi ganhando, pouco a pouco, esse rótulo de vazio a preencher, de deserto a povoar ou de progresso ainda por se realizar quando deixar de ser “só campo”. Na transição dos anos 1990

para os anos 2000, o Pampa aparecia, segundo alguns discursos, reduzido a uma “metade sul”, denominação que trazia embutida a ideia de pobreza, atraso e subdesenvolvimento, servindo de chamariz a grandes projetos modernizadores.

É nesse contexto que, sobretudo desde os anos 2000, o Pampa vem sendo cada vez mais incorporado aos grandes e mais recentes circuitos do mercado global de commodities, recebendo eventos que vem impactando esse patrimônio territorial. Em um primeiro momento, isso se deu principalmente através do avanço das plantações de espécies florestais ligadas à indústria de papel e celulose, mas na última década, vem se dando, sobretudo, através da monocultura da soja.

Nesse mundo de hoje, os eventos que se realizam sobre diferentes lugares atendam cada vez mais a fins estranhos a sua população, como demonstrava Santos (2006) no início deste século. Muitas vezes, sendo apenas respostas localizadas a necessidades alheias e a funções cuja geração é distante. O autor chama de alienação local ou alienação regional o resultado desse distanciamento entre o motor dos eventos e o local de sua realização. Na escala de onde essas ações são comandadas, estão, sobretudo, os grandes decididores, como governos, empresas transnacionais, organizações internacionais etc., enquanto na escala de sua efetivação estão os atores locais-regionais, cujo poder de escolha é normalmente limitado (SANTOS, 2006).

Sob o chamado “efeito China”, a região é inserida em um verdadeiro “complexo Brasil-China”, que articula os dois países como “polos” comerciais, segundo Escher e Wilkinson (2019). A enorme demanda chinesa por soja absorve mais de 60% da oferta do mercado internacional e impacta na alta dos preços do grão, no bojo do que, segundo os autores, convencionou-se chamar de boom das commodities. No Brasil, como polo exportador, o principal efeito é a expansão na área plantada, numa marcha que agora se estende também ao Pampa.

Assim, o sistema técnico sojeiro avança transformando com velocidade as formas-conteúdo até então postas. A paisagem é o que mais emblematicamente expressa esse processo ao tornar visível a supressão do pastoril e de toda uma constelação de elementos que tradicionalmente animaram esse subespaço e o proveram de características singulares. Essa expressão visível é ratificada pelos números, como os trazidos por Antunes (2020), por exemplo, que apontam um decréscimo médio de 76 cabeças de gado para cada 100 novos hectares de soja, o que sintetiza a supressão do bioma e de sua atividade secular.

Indissociavelmente, essas substituições envolvem também a substituição de antigas relações sociais singulares. Vão minguando espécies e ecossistemas, mas também práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas associadas a instrumentos, objetos, artefatos e lugares de referência cultural (UNESCO, 2006). Torna-se evidente, por isso, a questão da “des-harmonização” entre evento e território, em um processo de supressão do patrimônio territorial do Pampa.

Por outro lado, nesse mesmo contexto, a vitivinicultura aparece como outra “classe” de evento em curso no Pampa, que se dá de forma paralela e por vezes conflitante ao avanço da soja, evidenciando outro tipo de relação com o território.

Com antecedentes pontuais na região, a cultura da uva e do vinho não é parte da formação da identidade do Pampa, “[...] nem em termos produtivos, nem em termos culturais”, como frisa Flores (2018, s/p). Como evento, inicialmente seguiu, aliás, uma tônica semelhante a da soja: foi movimentada por forças motrizes exógenas, na conjunção entre ciência, tecnologia e condições de mercado global. O início de sua territorialização, a partir da década de 1980, foi fruto do investimento de corporações transnacionais atuantes no ramo, tendo como atrativo as condições edafoclimáticas regionais, identificadas por pesquisas científicas prévias, realizadas ainda na década de 1970, como de excelência para as viníferas.

No entanto, até pela natureza do principal produto que gera, a vitivinicultura caminhou desde cedo para uma relação singular com o Pampa e seu patrimônio territorial. Distante de uma produção massificada como é a de uma commodity como a soja, por exemplo, o vinho, ao contrário, é um mercado que alimenta e é alimentado pela diferenciação geográfica. Desde as mais antigas experiências do “velho mundo”, esteve atrelado à vida, cultura, tradição e dieta de diferentes povos, possuindo um apelo significativo de patrimônio, herança e identidade cultural (SILVA e BRUCH, 2021).

O vinho, nesse sentido, é um “territorial intensive product”, como alcunham Asero e Patti (2009), na medida em que contém uma forte referência à identidade do território onde é produzido. Por isso, é um produto indissociável de seu *terroir*, expressão esta de origem francesa que se refere aos fatores naturais e culturais que tornam cada lugar do vinho único e irrepetível, como explicam Gabardo e Valduga (2021). De modo que, em última instância, cada vinho traria consigo o “gosto do seu *terroir*”, transportando o consumidor às suas origens e atuando como elemento identitário, demarcador de uma região vitivinícola, conforme detalham os autores.

Mais do que uma bebida, o vinho e sua qualidade não deixa de ser história e geografia embutida (ou engarrafada), pois remete ao ambiente, à paisagem e ao lugar de sua procedência, com suas memórias, saberes-fazeres e tradições (MEDEIROS, 2021). Decorre disso, aliás, o seu potencial de associação com o turismo e com a gastronomia, no desenvolvimento das regiões, como demonstram Medeiros e Lindner (2021). É a “harmonização” entre vinhos, comidas e paisagens, que passam a ser degustadas em conjunto, em um diálogo carregado de elementos identitários (MEDEIROS; LINDNER, 2021).

Sobretudo no atual momento, em que a atividade se expande além da iniciativa corporativa pioneira e se dissemina na região através de uma miríade de tipos de produtores, também levanta um importante debate sobre vocações regionais e vias de desenvolvimento.

Alguns aspectos ilustram essa evidência: em primeiro lugar, longe de uma expansão extensiva - tal como ocorre com a soja - a vitivinicultura não expressa em área ocupada a sua importância econômica, evidenciando sua capacidade de crescimento e de expansão sem a necessidade de conversão ou supressão de grandes áreas do Bioma Pampa. A área total ocupada pelas vinhas, atualmente ao redor de 2 mil hectares, é o equivalente a área ocupada por não mais do que apenas dois ou três estabelecimentos comuns voltados ao plantio de soja, que já ultrapassa os 3 milhões de hectares no bioma.

Além disso, devido às condições edafoclimáticas naturalmente propícias, a região é considerada como uma das mais favoráveis do país para a redução do uso de agroquímicos e práticas de vitivinicultura sustentável (FLORES, 2018). Algo contrastante com a dinâmica da soja, para a qual essas mesmas condições edafoclimáticas não são inicialmente favoráveis, compensando em área plantada a baixa produtividade por hectare, conseguida, ainda assim, normalmente com incremento no uso de insumos como agroquímicos e material genético.

Por fim, nessa região inicialmente “sem tradição” vitivinícola, as condições edafoclimáticas que emprestam qualidades intrínsecas aos vinhos desse *terroir*, necessitam do seu complemento extrínseco, que (re)crie a parte do sonho, do simbólico inerente a essa atividade-produto (SILVA; BRUCH, 2021). Os vinhos da região têm sido, então, referenciados às paisagens de campo, seus cerros, coxilhas e canhadas. Certos rótulos trazem histórias de batalhas entre imperiais e farroupilhas, chimangos e maragatos, fronteiras conquistadas. Alguns deles falam de raças bovinas, touros bravios e cavalos indômitos. Outros, ainda, fazem referências a espécies animais ou vegetais da biodiversidade pampiana. Alguns desses vinhos chamam um bom arroz de carreteiro, enquanto outros pedem um assado de carne ovina, bovina ou de uma linguiça campeira, seja na *parrilla* ou no fogo de chão. Esses vinhos se

enraízam nessa região fronteiriça e encontram antigas receitas, tradicionais produtos agroalimentares, falas e jeitos das gentes locais, suas paisagens e símbolos.

Seria dizer, o patrimônio e a identidade territorial do Pampa vão sendo reiteradamente jogados à visibilidade, à valorização através da vitivinicultura. A conquista coletiva da Indicação Geográfica (IG) na modalidade de Indicação de Procedência (IP) Campanha Gaúcha, em 2020, potencializa esse processo. Um novo patrimônio do vinho é edificado em diálogo com o meio geográfico herdado, em uma aparente vocação para a coexistência, para a co-valorização, enfim, para a “harmonização”, ainda que, obviamente, não sem sua dose de risco.

O vinho: “harmonizações” para além da gastronomia

Em nível mundial, muitos territórios tem em comum o fato de se encontrarem divididos entre a tendência a uma globalização monopolista, que massifica sociedades e paisagens, e as experiências individualizadas, implantadas em cidades ou no campo, em uma tentativa de desenvolver recursos locais para fazer frente a essa massificação. Em resposta aos efeitos massificadores da globalização, se estabelece um mercado global de lugares, em que a necessidade de ser único, de diferenciação, se torna uma tônica (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN; CORS-IGLESIAS, 2020).

Nesse bojo, os produtos agroalimentares locais, ou simplesmente, os chamados produtos locais, surgem como importantes ativos para que diferentes territórios logrem essa posição de originalidade e singularidade. Esses produtos têm sido interpretados como vetores de desenvolvimento especialmente de territórios que tenham permanecido, por diferentes razões, fora dos circuitos hegemônicos dos complexos agroindustriais que caracterizaram a etapa produtivista do rural contemporâneo (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN; CORS-IGLESIAS, 2020).

A combinação de características geográficas exclusivas de um lugar influencia e condiciona a existência de produtos agroalimentares específicos, além de preparações culinárias locais (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016), que normalmente estiveram historicamente imbricados a paisagens, modos de vida e tradições locais. E, paradoxalmente, são em geral os territórios considerados marginais os que mais conservam esses elementos do patrimônio territorial como ativos (BORBA, 2002).

O processo de valorização dos produtos locais passa por dotá-los de referências sobre essa sua origem. Quando identificados geograficamente, esses alimentos podem atuar como ferramentas para os processos de desenvolvimento baseados na identidade e no patrimônio territorial, ou seja, de desenvolvimento endógeno (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2016). Entre as figuras de identificação, estão não apenas as mais conhecidas como o são as Indicações Geográficas (Denominações de Origem e Indicações de Procedência), mas também as marcas locais, os alimentos de proximidade, entre outras.

O vinho é o produto mais representativo nesse sentido. Pioneiro e já consolidado em termos de referências sobre a origem, o vinho tem se convertido em um elemento importante do desenvolvimento rural, local e regional e, sobretudo, da promoção de territórios. Os vinhos, notadamente os com distintivos de qualidade, tem tido o papel de porta vozes que tornam conhecidos seus territórios de origem, com seu patrimônio e sua identidade, para além de suas próprias fronteiras (MOLLEVÍ-BORTOLÓ, 2004).

Por isso, os benefícios gerados pela venda externa de vinhos de qualidade podem ser aproveitados para fomentar outros setores econômicos do território, como produtos agroalimentares e agroindustriais relacionados. Há muitos casos concretos em que o vinho, em associação com outros recursos endógenos, capitaneia a construção de uma imagem do

território, favorecendo a constituição de uma marca, sob a qual se promove todo tipo de produtos (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2004 e 2016; MOLLEVÍ-BORTOLÓ, 2004).

É assim que, normalmente, o turismo se torna um horizonte visível nos territórios do vinho. Um turismo baseado na qualidade e na cultura, sobretudo (MOLLEVÍ-BORTOLÓ, 2004). Mais do que um enoturismo, seria um turismo enogastronômico, do qual são indissociáveis os elementos da identidade e do patrimônio territorial, como as paisagens, as características naturais, os agroecossistemas etc. A gastronomia, como um recurso turístico identificador de povos e territórios, pode ser a via principal através da qual os visitantes e turistas se vinculam e adquirem o conhecimento identitário do lugar de destino (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2004).

Mas a mobilização desse arranjo endógeno tem a ver com a presença de um setor vitivinícola que ande na mão contrária a da mera modernização e aplicação de novas tecnologias segundo a lógica produtivista (MOLLEVÍ-BORTOLÓ, 2004). De modo que, elementos técnicos como as características da vinificação, ou o enólogo ou o próprio empreendimento vinícola, não sobreiem a valorização do terroir e do território de produção, com sua identidade e patrimônio. Seria dizer que, na transcendência do vinho de setor agrícola e agroindustrial a agente territorial propriamente dito, o potencial se encontra exatamente no arraigo territorial, de vinhos especiais e com caráter, em menor quantidade, e não na produção de vinho standard.

Nisso, tem grande importância a vinculação de outros produtos agrários locais, a existência de marcadores de qualidade que denotem a origem geográfica desses produtos, elaborados por uma comunidade que lhe dá sua personalidade e suas características singulares. Esses produtos podem ser artesanais, elaborados a partir de frutos agrícolas ou pecuários. O caso catalão, por exemplo, tem interessantes exemplos com o queijo e o vinho com Denominações de Origem que impulsionaram um turismo gastronômico considerável em regiões rurais do interior e de montanha (MOLLEVÍ-BORTOLÓ; FUSTÉ-FORNÉ, 2017). Nesses casos, esses produtos se arranjaram no desenvolvimento de uma economia multissetorial: primária no caso da uva e do leite, secundária no caso do vinho e do queijo e terciária no caso do turismo, permitindo o desenvolvimento com uma marca de identidade importantíssima.

Assim, o vinho e, em geral, os produtos agroalimentares de qualidade, que em um primeiro momento se configuram como recursos gastronômicos que possibilitam o desenvolvimento do turismo, passam a ter no próprio turismo um canal de promoção e comercialização (ARMESTO-LÓPEZ; GÓMEZ-MARTÍN, 2004). Em expressões como essa reside a vocação do vinho para a "harmonização" – ou para a "*maridaje*" em espanhol – para além do seu papel como bebida posta à mesa.

Considerações finais

Na contemporaneidade, os processos de massificação globalizantes ocorrem devido à tendência hegemônica de que os eventos respondam unicamente a fins distantes e estranhos localmente, gerando efeitos deletérios e supressivos das principais características que compõem um território. Em territórios rurais, por exemplo, isso é evidente ao menos desde meados do século XX, no bojo do paradigma do produtivismo agrário, em que a difusão de um mesmo padrão técnico indiferentemente em múltiplas realidades locais-regionais, tem causado processos de standardização ou banalização da anterior diversidade ambiental e de paisagens culturais legadas pela história agrária.

Por outro lado, na esteira das próprias sequelas deixadas por esse processo, crescem formas de valorização do diverso e do singular. Busca-se, crescentemente, a constituição de arranjos territoriais mais equilibrados, sustentáveis, ou seja, "harmonizados". A analogia

com a gastronomia é produtora: no território, assim como à mesa, a “harmonização” depende de quais componentes estarão em interação, de suas naturezas, de seus teores, mas também de suas quantidades, suas doses.

O caso do Pampa Brasileiro é ilustrativo. De forma desregulada e em um avanço extensivo a monocultura da soja vai progressivamente destituindo o território daqueles balanços sociais, políticos e ambientais que estão na base de sua identidade. Por outro lado, a vitivinicultura, ainda que inicialmente também movida por forças motrizes longínquas, se insere segundo uma lógica contrária, se associando e promovendo esses mesmos fatores de identidade.

A literatura, por sua vez, traz demonstrativos de que o vinho, como setor produtivo, tem tido esse potencial de capitanear a ativação de recursos endógenos. Seria dizer, o vinho, vocacionado para a harmonização na mesa enquanto bebida, também estaria vocacionado para a “harmonização” no território enquanto atividade produtiva.

Referências

- ANTUNES, Y. C. **Expansão da soja e seu impacto na pecuária de corte no bioma Pampa**. 25 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento, 2020.
- ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; CORS-IGLESIAS, M. Productos de proximidad y restauración local: ¿un binomio en expansión? Algunas consideraciones sobre el caso del Pirineo Occidental Catalán. **Polígonos**: Revista de Geografía, n. 32, 2020, p. 67 – 81.
- ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B. Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat. **Cuadernos Geográficos**, Granada, v. 34, n. 01, 2004, p. 83 – 94.
- ARMESTO-LÓPEZ, X. A. Notas teóricas en torno al concepto de postproductivismo agrario. **Investigaciones geográficas**, n. 36, 2005; pp. 137-156
- ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B. Restauración local y productos alimentarios. La situación en la comarca del Moianès (Cataluña). **Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural**, n. 21, 2016, p. 43 – 72.
- ASERO, V.; PATTI, S. **From wine production to wine tourism experience**: the Case of Italy. American Association of Wine Economists. 2009.
- CEPAVIN - Centro do Patrimônio e Cultura do Vinho – IGEO/UFRGS, 2024. Página inicial. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/cepavin/>>. Acesso em: 03 de jan. de 2024.
- ESCHER, F.; WILKINSON, J. A economia política do complexo Soja-Carne Brasil-China. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 4, p. 656-678, nov. 2019.
- FLORES, S. S. (2018). A região dos “Vinhos da Campanha” e suas perspectivas de sustentabilidade. **Territoires du Vin**, n. 9, 2018. p. 50-72.
- GABARDO, W.; VALDUGA, V. A paisagem do vinho: o gosto da experiência. In: MEDEIROS, R. M. V.; LINDNER, M (orgs.). **Patrimônio, turismo e vitivinicultura**: marcas na paisagem. Alvorada: Jad Editora Editoração Gráfica, 2021.
- MEDEIROS, R. M. V.; LINDNER, M. Cultura e patrimônio, e sua relação com a vitivinicultura no sul do Brasil. In: MEDEIROS, R. M. V.; LINDNER, M (orgs.). **Patrimônio, turismo e vitivinicultura**: marcas na paisagem. Alvorada: Jade Editora Editoração Gráfica, 2021.
- MEDEIROS, R. V. Olhares sobre as paisagens vitivinícolas: do vinhedo tradicional ao vinhedo com denominação de origem (DO). In: MEDEIROS, R. M. V.; LINDNER, M (orgs.). **Patrimônio, turismo e vitivinicultura**: marcas na paisagem. Alvorada: Jade Editora Editoração Gráfica, 2021.
- MOLLEVÍ-BORTOLÓ, G. Desarrollo de algunas comarcas de Cataluña gracias al potencial endógeno en el sector vitivinícola. **Boletín de la A.G.E**, n. 38, 2004, p. 261 – 271.
- MOLLEVÍ-BORTOLÓ, G.; FUSTÉ-FORNÉ, F. El turismo gastronómico, rutas turísticas y productos locales: el caso del vino y el queso en Cataluña. **Geographicalia**, nº 68, 2017, p. 25–47.

- MOREIRA, R. **Para onde vai o pensamento geográfico?** Por uma epistemologia crítica. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- ORTEGA-VALCÁRCEL, J. El patrimonio territorial como recurso cultural y económico. **Ciudades**, Valladolid, n. 4, p. 33-48, 1998.
- QUEIROZ, M. I. P. Pecuária e vida pastoril: sua evolução em duas regiões brasileiras. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**. São Paulo, n. 19, p. 55 – 78, 1977.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- SILVA, M. A. C.; BRUCH, K. L. Vinho e turismo: do marketing ao enoturismo. In: MEDEIROS, R. M. V.; LINDNER, M (orgs.). **Patrimônio, turismo e vitivinicultura**: marcas na paisagem. Alvorada: Jad Editora Editoração Gráfica, 2021.
- SILVA-PÉREZ, R. Hacia una valoración patrimonial de la agricultura. **Scripta Nova**: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Barcelona, n. 275, out. 2008.
- SILVA-PÉREZ, R.; FERNÁNDEZ-SALINAS, V. El patrimonio y el territorio como activos para el desarrollo desde la perspectiva del ocio y del turismo. **Investigaciones geográficas**, n. 46, p. 69 – 88, 2008.
- UNESCO – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Tradução do Ministério das Relações Exteriores, Brasília, 2006.

Contribuição dos autores

Conceitualização: MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Curadoria de dados:** Não aplicável. **Análise formal:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Aquisição de financiamento:** Não aplicável. **Investigação:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Metodologia:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Administração do projeto:** Não aplicável. **Recursos:** Não aplicável. **Software:** Não aplicável. **Supervisão:** Não aplicável. **Validação:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Visualização:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Escrita – rascunho original:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V. **Escrita – revisão & edição:** MONTEBLANCO, F. L.; ARMESTO-LÓPEZ, X. A.; MOLLEVÍ BORTOLÓ, G.; GÓMEZ-MARTÍN, M. B.; MEDEIROS, R. V.

Base de dados

Não se aplica

Financiamento

Este trabalho não recebeu nenhum subsídio específico de agências de fomento nos setores público, comercial ou sem fins lucrativos.

Conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

Aprovação do conselho de ética

Não se aplica.

Agradecimentos

Não se aplica.
