



## ENOTURISMO

# Vinícolas da Campanha Gaúcha ganham força

**A região, delimitada por 14 municípios, têm visto a ascensão do turismo gastronômico e do enoturismo em suas propriedades**

**Bárbara Lima**, de Santana do Livramento  
barbaral@jcrs.com.br

O Rio Grande do Sul registrou 735 milhões de quilos de uvas na safra de 2021, segundo a União Brasileira de Viticultura (Uvibra). Uma fração considerável deste volume é transformada em bebida pelas vinícolas do Estado, que lideram a produção no Brasil. Nesse cenário, se é verdade que a serra gaúcha é a responsável pela produção da maior parte dos 488 milhões de litros de vinho da última safra, também é verdade que a região da Campanha Gaúcha tem aumentado sua atuação no setor e já contabiliza cerca de 10 milhões de garrafas de vinho por ano, de acordo com a Associação dos Vinhos da Campanha Gaúcha.

Junto aos ganhos econômicos

da venda das uvas e do produto, que chega a R\$ 500 milhões por ano em garrafas, a Região da Campanha, delimitada por 14 municípios, têm visto a ascensão do turismo gastronômico e do enoturismo. Em setembro deste ano, a vinícola Almadén, por exemplo, do grupo Miolo, localizada em Santana do Livramento, na fronteira com o Uruguai, inaugurou um roteiro enoturístico e um 'free shop' de vinhos brasileiros com mais de 120 rótulos e descontos de 30%, que chamaram a atenção de influenciadores e sommeliers.

Com passeios aos vinhedos – onde os visitantes podem conhecer algumas das 25 qualidades de uvas plantadas nos 450 hectares de terra (o maior do Brasil em espaço plantado) – é possível conferir o processo de vinificação, conhecer um museu e o salão de degustação em grupo. O local, aliás, não perde em nada em relação aos destinos da Serra ou mesmo de outros países. “Estive em vinícolas portuguesas ultimamente e posso garantir que o que estamos vendo na região da Campanha é alto padrão”, afirma Pedro Candelária, produtor da vinícola Campos

de Cima, de Itaqui, e presidente da Associação de Vinhos da Campanha. Segundo ele, esse crescimento se reflete no número de vinícolas e vinhedos que se tornaram membros da associação nas últimas décadas – de 12, no início dos anos 2000, para 20 em 2022. “Os investidores estão vendo o potencial dessa região”, comenta Candelária.

Esses investidores da região são, em sua maioria, de pequeno e médio porte e, geralmente, já têm outras atividades rurais, como plantação de arroz, soja ou criação de animais. Ao total, o plantio de uvas na região soma 1,5 mil hectares, área que triplicou em duas décadas. Na Feira Wine South America, realizada em setembro, na cidade de Bento Gonçalves, o estande de vinhos da Campanha Gaúcha contou com muitos destes produtores, como AlmaBaska, Bodega Sossego, Vinícola Campos de Cima, Dunamis Vinhos e Vinhedo e Cerros de Gaya. “Já temos um público muito consolidado em São Paulo, mesmo com uma vinícola tão jovem”, pondera Marcelo Alves, representante comercial da Bodega Sossego.



BÁRBARA LIMA/ ESPECIAL/ JC

Associação do setor tem registrado aumento de produção na última década

A onda de vinhos do Pampa se intensificou quando os produtores locais perceberem o potencial vitivinícola da região, a mais quente do sul do País, que costuma ser propícia à produção de vinhos mais encorpados e uvas das castas Tannat, Merlot e Cabernet Sauvignon. Eles começaram a buscar auxílio técnico para construir os vinhedos e ter o selo de Indicação Geográfica (IG) da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). O selo gera identificação dos vinhos da região e garante aos consumidores um produto de qualidade.

Para que tenham acesso ao distintivo, é preciso cumprir uma série de requisitos, como 100% das uvas plantadas na região e vinhedos cultivados em espaldeiras. A técnica de plantio, conforme Candelária,

diferentemente dos vinhedos da Serra, é pensada e desempenhada desde sua concepção por engenheiros agrônomos e sommeliers e produz um vinho delicado e com baixa acidez. “O método da espaldeira traz mais qualidade para a vinha. Essa é uma das explicações para a expansão dos vinhos da campanha e do interesse brasileiro por essa região”, enfatiza Candelária.

O crescimento tem gerado empregos e movimentado a economia. Somente na Almadén, a previsão de 2022 é de uma safra entre 5 milhões e 6 milhões de quilos de uva. Para dar conta desta demanda, a vinícola tem 150 funcionários fixos e contrata sazonalmente mais 150 que realizam a colheita manual da uva, de dezembro a março, a depender da varietal.

## Enoturismo se fortalece e gera movimento em outras atrações locais

A região da Campanha Gaúcha é marcada pelo Pampa e pelo isolamento geográfico dos grandes centros. De carro, é comum andar quilômetros acompanhado apenas de uma paisagem bucólica, com descampados e alguns animais pastando, sem que haja qualquer estabelecimento ou cidade à vista por horas. O destino segue sendo um dos mais procurados do Estado muito por conta dos free shops, lojas livres de imposto, localizados na fronteira com o Uruguai. É o turismo de compras. E esse setor se fortalece com o crescimento do enoturismo.

“No imaginário das pessoas, a Campanha é o lugar do gaúcho pilchado. Então, acho que essa região ainda tem muito a acrescentar culturalmente para o turismo local. As vinícolas trazem outros atrativos, que se somam a belezas naturais e demais particularidades da região. É um lugar muito autêntico”, reflete Candelária. A opinião do produtor se sustenta nas outras atividades que

têm se desenvolvido, como degustação de azeite de oliva, o que já acontece na Casa Albornoz, onde os visitantes, além de provar diversas qualidades do óleo, podem aproveitar de um piquenique de frente para o Cerro Palomas, em Santana do Livramento. O local também tem produção de nogueiras em 100 hectares, mel, cerveja e cosméticos.

Para Candelária, regiões produtoras de vinho impulsionam a economia e o turismo como um todo. “Não existe pobreza, só existe valor. O vinho tem muito valor agregado, porque não é só a bebida. É o vinho, o restaurante bacana, o visual do lugar, a rede hoteleira para se hospedar, a gasolina para passear”, considera. Outro evento que tem contribuído para a valorização dos vinhos locais é o Festival Binacional de Enogastronomia, que ocorre na Praça Internacional, divisa entre Santana de Livramento e Rivera. O evento, que já está na 7ª edição, reúne produtores

de carne e vinhos da campanha e do Uruguai para celebrar a cultura local. Apesar da consolidação, Candelária avalia que ainda há muito para crescer. “Estamos literalmente no início. Terreno e potencial não faltam, mas tem faltado um pouco de apoio para desenvolvimento da região”, lamenta. Ele se refere às estradas, que ainda

precisam ser melhoradas, e ao fenômeno de Deriva, quando partículas de agrotóxicos utilizados para limpar o solo para o plantio da soja acabam se espalhando pelo vento e afetando os vinhedos. “Não somos contra a soja, mas é preciso ter cuidado com esses defensivos”, salienta.

Locais como os da fronteira já



BÁRBARA LIMA/ ESPECIAL/ JC

Casa Albornoz produz azeites de oliva e recebe visitantes em Santana do Livramento

possuem uma rede hoteleira consolidada, como destaca Adriano Miolo, diretor da empresa de mesmo nome, grupo do qual faz parte a Almadén e que recebeu o mais novo roteiro enoturístico da região, com um aporte de R\$ 3 milhões. “Temos hotéis mais econômicos e mais sofisticados porque as pessoas já costumam vir aqui para fazer compras na fronteira”, diz. Ainda na Campanha, em Candiota, o grupo tem visita gratuita disponível na Vinícola Seival. Na visão de Miolo, visitas às vinícolas que fazem parte da Ferradura dos Vinhedos tem mais um diferencial: o acesso. “É tudo asfaltado, fácil de chegar. Você pode conhecer diversas vinícolas em um curto período de tempo e ainda consegue ressignificar a sua ida à fronteira.” Agora, a expectativa dos produtores está na inauguração do Trem do Pampa, prevista para final de 2022 ou início de 2023, que recupera trechos da malha férrea, localizada entre a Vila de Palomas e o bairro Tabatinga.