

ATORES SOCIAIS, MERCADO E COMPETITIVIDADE NA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM DE VINHOS DO RIBEIRO – ESPANHA

Alcides dos Santos Caldas
Doutor em Geografia (Universidade Salvador),
e-mail: alcaldas@unifacs.br

Emílio Cuíñas Otero
Doutorando em Geografia (Universidade de
Santiago de Compostela), e-mail: emilio@uol.es

RESUMO

O atual ambiente de globalização das relações econômicas e comerciais impõe novas formas, funções, estruturas e processos que devem ser assimilados pelos diversos setores produtivos como forma de inserção nesse novo contexto. A Comarca do Ribeiro, produtora de vinhos sob os critérios de uma v.q.p.r.d. (vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas), depois da implantação da nova OCM (Organização Comum do Mercado do Vinho – Lei nº 1.493/1999) encontra-se no mesmo nível de competitividade e rege-se pela mesma norma que os vinhos produzidos em outras denominações de origem, tais como, Borgonha, Bordeaux, Jerez, Porto, La Rioja etc.

Este artigo analisa a inserção dos atores sociais da Comarca do Ribeiro (produtores, colheiteiros e bodegueiros) no circuito produtivo do vinho, as suas relações de mercado e a sua competitividade dentro do novo marco estabelecido com a implantação da lei acima referida.

Palavras-chave: denominação de origem, competitividade, mercado, território, atores sociais.

ABSTRACT

The current context of global economic and commercial relations imposes new forms, functions, structures, and processes that the various

productive sectors must assimilate, in order to insert themselves in it. The district of Ribeiro (*Comarca do Ribeiro*) is a region that produces wine according to criteria established to award a “q.v.p.d.r.” (guarantee of quality of wines produced in designated regions); after the new MCO (Wine Market Common Organization – Bill nº 1493/1999), its wines have the same competition level, and are regulated by the same norms, as the wines produced in other “denominaciones de origen” (guarantee of origin and quality of a wine), such as Borgogne, Bordeaux, Jerez, Oporto, La Rioja, etc.

The goal of this paper is to analyze the insertion of the Ribeiro’s social actors (producers, harvesters, and wine-producers) in the wine production circuit, their market relations and their competitiveness within the new frame established by the above-mentioned bill.

Keywords: “denominación de origen”, competitiveness, market, territory, social actors.

INTRODUÇÃO

O atual ambiente de globalização das relações econômicas e comerciais impõe novas estratégias territoriais e os atores sociais envolvidos devem adaptar-se a essas novas exigências como forma de sobreviver a esse novo contexto das relações globais.

Segundo SANTOS (1997) a *globa-*

lização é um termo que define uma estrutura de relações econômicas que abarca todo o planeta, onde as condições de vida de uma localidade estão influenciadas pelas relações econômicas que esta mantém com o resto do globo. BENKO & LIPIETZ (1992) classificam em ganhadoras e perdedoras as regiões no contexto da globalização; as que ganham são aquelas onde se concentram os serviços de maior valor, junto a espaços inovadores (complexos de alta tecnologia, distritos industriais, áreas turísticas ou de agricultura intensiva etc.); entre as perdedoras estão as áreas rurais tradicionais deprimidas, dominadas por um sistema agrário de baixa produtividade, com desequilíbrios entre recursos e população, déficit de equipamento e aqueles territórios que apresentam deficientes infra-estruturas de transporte e comunicação e meio ambiente deteriorado.

Entre essas duas concepções, segundo aos autores acima referidos, aparece também a idéia de territórios emergentes no sentido de que o desenvolvimento tende a escapar das inércias territoriais tradicionais e a criar novas expectativas nas áreas mais ou menos periféricas, que adquiriram, no decorrer do tempo, vantagens comparativas. Tais vantagens estão relacionadas, sobretudo, com a melhoria das infra-estruturas (estradas, aeroportos, portos, telefonia etc.), a formação de mão-de-obra qualificada e a capacidade criativa de gerenciamento.

A Denominação de Origem do Ribeiro, nosso objeto de análise, apre-

senta algumas características do sistema produtivo acima referido e atualmente encontra-se no conflito de produzir com qualidade para poder integrar-se no contexto das relações comerciais e globais. Nesse território encontra-se uma das 54 denominações de origem de vinhos existentes na Espanha, localizada na Comunidade Autônoma da Galícia, concretamente no ocidente da Província de Ourense e definida pelos vales dos rios Minho, Avia e Arnoia.

Segundo o regulamento da União Europeia nº 208/92,

uma denominação de origem utiliza o nome de uma região ou de um lugar determinado que serve para designar um produto agrícola ou alimentício de dita região, na qual a sua qualidade ou características produtivas devem-se fundamentalmente ao meio geográfico e onde a sua produção, transformação e elaboração se realizam na zona geográfica determinada.

Segundo o Regulamento criado através da Ordem Ministerial nº 46 de 24 de fevereiro de 1976, a Denominação de Origem do Ribeiro está assim constituída:

Concellos de Ribadavia, Arnoia, Castelo do Miño, Carballeda de Avia, Leiro, Cenlle e Beade, Puxín e Cortegada; as paróquias de Banga, Cabanelas e Varón do Concello de O Carballiño; as paróquias de Pazos, Albarellos, Laxas, Cameixa e Moldes do Concello de Boborás; os lugares de Santa Cruz de Arrabaldo e Untes do Concello de Ourense; os lugares de Puga, Igrexa de Puga, Olivar, no Concello de Toén, e a paróquia de Alongos, no Concello de San Amaro.

A população que habitava a Comarca do Ribeiro, em 1996, de acordo com o INE (*Instituto Nacional de Estadística - España*), era de 36.320 pessoas. Vale ressaltar que, em 1960, essa população era de 51.683, ou seja, nesse período houve uma redução drástica do seu efetivo populacional. Essa redução deu-se graças ao longo período emigratório verificado entre os anos 1950 e 1970 em direção às cidades mais desenvolvidas do Estado

Espanhol (Barcelona, Madrid, Bilbao), a outros países europeus (Alemanha e Suíça) e à América Latina (Argentina, Cuba, Venezuela, Uruguai e Brasil). Acrescenta-se a este fator a redução da taxa de natalidade em níveis negativos e o envelhecimento da população: em 1996, na Comarca do Ribeiro, 34,50% da população era de sessenta anos e mais.

1. CARACTERÍSTICAS SÓCIO-PRODUTIVAS DA COMARCA DO RIBEIRO

A Ordem Ministerial nº 46 certificou, definitivamente, a zona como produtora de vinhos, mas essa realidade já remontava a muitos séculos atrás. Segundo diversos autores, DOMÍNGUEZ CASTRO (1992), SANTOS SOLLA (1992), JUANA (1993), durante toda a Idade Média, o protagonista principal da Comarca do Ribeiro era o cultivo dos vinhedos e o seu produto era exportado para toda a Europa, aparecendo em lugares tão distantes, como Gênova, Londres e Paris, o qual era vendido a um bom preço. Essa próspera situação vai ser modificada, segundo HUETZ DE LEMPS (1967) com a concorrência dos vinhos produzidos em Castela¹ e em La Rioja², os quais eram vendidos a um preço mais baixo, com menos custos de transporte e produção. Com a entrada do século XX, essa crise chegou aos limites extremos de calamidade pelo ataque de diversas pragas, sobretudo o Oídio e o Mildew, e mais tarde a Filoxera, que vão marcar até a atualidade a problemática da produção dos vinhos da Denominação de Origem do Ribeiro. Depois do ataque da Filoxera e imitando as demais regiões produtoras, as variedades autóctones foram substituídas por variedades forâneas, a exemplo da Palomino e Garnacha, mais resistentes às enfermidades e que apresentavam uma elevada produtividade. O motivo não foi que as anteriores variedades tenham desaparecido com o ata-

que do inseto, mas que se buscavam maiores rendimentos e menos trabalho, proporcionados pelas novas variedades.

Na Comarca do Ribeiro essa situação já era discutida no *IIIº Pleno del Consejo Económico Sindical*, realizado em Ourense, em 1962, quando foi apresentada como solução e dinamização da produção vitivinícola a criação de um Conselho Regulador, baseado no Estatuto do Vinho, publicado em 1933. Tal conselho teria o caráter de regular as plantações de vinhedos e limitar o emprego de variedades que não eram convenientes para a qualidade dos vinhos produzidos. Seria incumbência também desse conselho a propagação dos vinhos produzidos e o seu armazenamento. Essa assembléia apontava também para instalação de plantas engarrafadoras na região, para a criação de uma rede de adegas e para a elaboração conjunta dos vinhos e posterior comercialização e distribuição.

A vitivinicultura praticada na Comarca do Ribeiro e da Galícia em geral chega à segunda metade do século XX apresentando problemas de qualidade na elaboração do produto e na comercialização, os quais são destacados no *Plan de Calidade dos Viños Galegos*, elaborado em 1985, pelos técnicos da *Consellería de Agricultura da Xunta da Galicia*, que assim a caracterizavam:

En primeiro lugar polo seu gran arcaísmo a tódolos os niveis. Unha viticultura que se demostrou ata o momento incapaz de superar os efectos causados pola filoxera – ben é verdade que axudada por unha conxuntura económica pouco propicia, permanecendo estancada na produción de viños de calidade inferior á potencialmente posible nunhas condicións de clima favorables e cunhas cepeiras orixinais e de alta calidade, unha industrialización que non sobrepasou no seu conxunto o nivel mínimo de modernidade,

1 Atualmente Comunidade Autônoma de Castilla y León.

2 Atualmente Comunidade Autônoma de La Rioja.

“... viticultores resistem em substituir os seus vinhedos por variedades autóctones...”

unha comercialización na que a cadea de intermediarios do circuito tradicional aínda comercializa máis dos dous tercios da produción, son sen dúbida, unha demostración manifesta desta evidencia.

(Plan de Calidade dos Viños Galegos, 1985)

Pode-se afirmar que os resultados desse plano apresentaram alguns avanços em determinados setores, mas em outros não se fizeram sentir. Em relação à reestruturação e à reconversão³, o plano encontrou resistências de diversas magnitudes, tais como a dos viticultores que resistiam e ainda resistem em substituir os seus vinhedos por variedades autóctones, uma vez que teriam que reduzir a sua produção e, conseqüentemente, os seus rendimentos. Evidentemente, no fracasso do processo de reconversão dos vinhedos, entrevistaram variáveis sócio-econômicas de caráter pontual, sejam do tipo endógenas (envelhecimento da população e dos viticultores, perda de população, desconexão entre a viticultura e a ecologia) ou exógenas (evolução dos mercados, concorrências de outros territórios vitícolas, concorrência com outras bebidas).

³ Esta era uma das prioridades do *Plan de calidade dos viños galegos*, uma vez que os vinhedos da Comarca do Ribeiro tinham mais de trinta anos e era a oportunidade de substituir as variedades forâneas pelas variedades autóctones, desaparecidas devido às enfermidades, conforme já comentamos anteriormente. São as variedades autóctones que vão dar as características de produção de vinhos, os quais devem ser diferenciados de outras regiões produtoras.

Um das mudanças que o plano considerava necessário, e que se logrou refere-se ao processo de modernização das infra-estruturas de elaboração do vinho. Nas adegas da Comarca do Ribeiro, em pouco mais de quinze anos, todo o processo artesanal foi transformado. Atualmente são instalações modernas, com depósitos em aço inoxidável, trem de engarrafamento, máquinas etiquetadoras, laboratórios, sendo todo o processo de elaboração do vinho acompanhado e supervisionado sempre por seu proprietário, que é um amante de um bom vinho, e por um enólogo.

Apesar das dificuldades e problemas por que tem passado a Denominação de Origem do Ribeiro, a sua representação no mercado vitivinícola ainda é uma realidade a ser considerada, uma vez que conta com 4% das cotas de mercado dos vinhos produzidos e comercializados na Espanha.

Concretamente, na Denominação de Origem do Ribeiro, a superfície agrícola ocupada por vinhedos se caracteriza por um alto grau de minifundismo. A superfície inscrita na campanha 1999/2000 foi de 3.000 hectares, repartidos entre algo mais de 5.000 viticultores, com uma superfície média de 0,6 hectares. Isso se agrava também quando se sabe que essa superfície de 0,6 hectares está sub-dividida em quatro ou cinco parcelas distribuídas por todo o espaço territorial da Denominação de Origem. Essa situação vai repercutir desfavoravelmente nos custos e rendimentos finais, uma vez que aumenta os tempos de trabalho, na medida em que aumenta os deslocamentos para poder realizar as atividades, e dificulta o emprego de maquinaria adaptada às necessidades e, ao mesmo tempo, encarece os custos da hora de trabalho.

Como resultado da combinação de fertilidade dos solos e as propícias condições de temperatura e pluviosidade verificados na Comarca do Ribeiro, são elevados os rendimentos, obtendo-se cifras espetaculares entre 25.000 e 30.000 quilos por hectare

“... o aspecto que mais chama a atenção está relacionado à idade avançada dos viticultores...”

para as variedades forâneas e 15.000 para as variedades autóctones. A normativa do *Consello Regulador* é com diferença a mais permissiva em relação à produtividade por hectares de toda a Espanha. Em relação à densidade do cultivo permitida, a verificada na Comarca do Ribeiro é de 7.000 cepas por hectare, também muito superior, como por exemplo, às outras denominações de origem, localizadas na própria Galiza (Rías Baixas, entre 600 e 2.700; Monterrei, de 3.700 a 5.000; Ribeira Sacra, entre 1.500 e 4.000, e Valdeorras, 4.000). A produção média anual de vinho produzido no Ribeiro em 1999 foi de aproximadamente 14 milhões de litros, mas existem grandes variações entre as campanhas anuais.

O aspecto que mais chama a atenção, de difícil solução, e que é considerado uma das principais preocupações para o futuro da Denominação de Origem do Ribeiro está relacionado à idade avançada dos viticultores, entre 50 e 60 anos ou mais, e à falta de políticas viáveis que pretendam reverter essa situação. Por exemplo, o crescimento vegetativo na Comarca do Ribeiro é negativo e os mais jovens não querem e não pretendem assumir os labores da vitivinicultura, salvo raras exceções.

2. COMPETITIVIDADE E MERCADO NO MUNDO DO VINHO

Nas últimas décadas, o mercado do vinho está experimentando uma

série de mudanças que estão tendo conseqüências estruturais nas regiões produtoras. No capítulo que nos interessa, há que se destacar o crescimento da demanda por vinhos de qualidade frente ao estancamento dos vinhos comuns que, apesar de serem ainda majoritários, cada vez mais têm problemas de comercialização e encontram muita concorrência com outros produtos como a cerveja e os refrigerantes, que o substituem em boa medida como acompanhante das comidas. Estes novos hábitos de consumo onde o vinho perde competitividade são potencializados, em muitos casos, pelos meios de comunicação e pela administração pública, que investem grandes somas de recursos em campanhas publicitárias, pregando uma vida mais sã, na qual o álcool não tem espaço.

O vinho sempre foi um produto carregado de simbolismo e converteu-se num produto social, no qual se valorizam múltiplos fatores, como a história ou o lugar de procedência, mais que o produto em si. Para definir o que se considera um vinho de qualidade e entender a aposta que a nova OCM (Organização Comum do Mercado do Vinho) propõe e que favorecerá os v.q.p.r.d. (vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas), há que se explicar quais são as tendências da produção mundial e como a Denominação de Origem do Ribeiro se insere nesse contexto.

No mundo do vinho podemos diferenciar duas tendências no que se refere à elaboração e à comercialização de vinhos com características bem diferenciadas. Distinguimos entre a Europa e o restante das regiões produtoras do mundo. O modelo europeu considera o sistema tradicional como fundamental para valorizar e defender em grande medida a diferenciação dos caldos dependendo das variedades de uvas utilizadas e da zona geográfica de produção. Nesse contexto é que se entende a importância das denominações de origem, uma vez que o certificado de procedência é um valor acrescentado no mercado. Fora da Europa, no que alguns auto-

“... nova lei insiste na reestruturação e na reconversão dos vinhedos...”

res chamam novas zonas produtoras, o modelo é o contrário, primando-se a estandardização e o tratamento industrial dos caldos. O ideal é a realização de um vinho o mais homogêneo possível, buscando as características que mais demanda o mercado. Para isso, utilizam-se variedades importadas da Europa e tenta-se reproduzir as características dos vinhos prestigiosos e consolidados. Como vemos, a associação que na Europa se faz entre a qualidade dos vinhos e as zonas de produção faz com que a OCM potencialize as Denominações de Origem.

Para a busca da qualidade, essa nova lei insiste na reestruturação e na reconversão dos vinhedos, que passa pela reconversão varietal, pela nova localização dos vinhedos e pela melhoria técnica dos modelos de gestão verificados nas regiões produtoras. Os Estados-Membros da União Européia são os responsáveis pelos planos de reconversão. Para levar a cabo essas mudanças, são concedidas subvenções que chegam a 75% do custo total nas regiões do Objetivo 1 (que se aplica àqueles territórios, cujo PIB *per capita* médio sobre a base dos dados dos três últimos anos é inferior aos 75% da média da União Européia) e é financiado tanto o custo material pela perda de renda ocasionada pelo período em que o vinhedo reestruturado permanece improdutivo. Em resumo o objetivo é mudar o sistema produtivo na busca de uma produção de qualidade e competitividade no mercado do vinho.

Na Denominação de Origem do Ribeiro, não estão sendo implementadas a velocidade e a intensidade necessárias para se adaptar a essa nova situação. A busca da qualidade deve

ser o objetivo, mas essa necessidade encontra freios na própria estrutura da denominação. As adegas maiores são detentoras de canais de comercialização consolidados, o que as coloca numa posição cômoda, já que vendem com facilidade a sua produção resistindo a grandes transformações. O mesmo ocorre com os viticultores, uma vez que a sua elevada idade e os preços que recebem pelas uvas contribuem para que também este segmento rejeite as mudanças.

A comodidade da situação atual pode determinar o futuro da Denominação de Origem do Ribeiro. É possível que em poucos anos as tendências que são apontadas com a nova OCM, concorram para que a Comarca do Ribeiro não se encontre em condições de competir por não saber tomar medidas a tempo. Os problemas estruturais que impedem a comarca de implementar as mudanças necessárias são muitos, mas deve-se tratar de superá-los se se quer transformar a situação atual para que a denominação de origem permita o impulso econômico da Comarca. Não é dado solucionar o problema do envelhecimento dos viticultores, nem tampouco introduzir jovens nas atividades da vitivinicultura, sendo esta premissa a de maior dificuldade de solução. Para a Denominação de Origem do Ribeiro assumir um patamar de competitividade, é de fundamental importância que algumas premissas que demanda o mercado do vinho sejam concretizadas. A primeira é sobre a que gira todas as demais, que é a busca da qualidade dos vinhos. O atual sistema produtivo verificado nessa denominação de origem está dominado pelas castes forâneas e deve ser uma das prioridades que se deve privilegiar de imediato, aproveitando-se as subvenções estabelecidas pela nova OCM. É importante ressaltar que através da *Orde de 5 de setembro de 2000, a Consellería de Agricultura, Gandería e Política Agroalimentaria da Xunta da Galicia* estabeleceu novas diretrizes para os planos de reestruturação e reconversão dos vinhedos e apenas 200 entre os 5000 viticultores existen-

“As adegas têm uma média de 120 m², localizadas em sua maior parte junto à moradia, como uma extensão da casa.”

tes na Denominação de Origem solicitaram tal subvenção, o que demonstra um certo descaso dos viticultores com um dos principais problemas vivenciados nesse território.

3. ATORES SOCIAIS DA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM DO RIBEIRO

Os atores sociais estabelecidos no circuito produtivo da vitivinicultura desenvolvida na Comarca do Ribeiro se compõem de viticultores, colheiteiros e bodegueiros. Os viticultores são os produtores de uva que vendem a terceiros a sua produção, sendo vedadas a produção e a comercialização do vinho, ou seja, os seus vinhedos estão inscritos no cadastro anual de produção da denominação de origem, mas a sua comercialização não está autorizada pelo *Consello Regulador*. Em todo o caso, isto não impede que seja produzida uma média de 1.000 garrafas para o consumo próprio. Já os colheiteiros são definidos como os produtores de uva, elaboradores, comerciantes e distribuidores de seu próprio vinho. É uma categoria de fundamental importância na diversificação dos vários sabores dos vinhos produzidos, que são compostos por uma grande variedade de tipos de uvas, como também uma diversificada forma de elaboração. Na Comarca do Ribeiro podem-se diferenciar três tipos: aqueles que levam toda a vida desenvolvendo essa atividade e que são uma reprodução do vinicultor tra-

dicional; outros que foram modernizando suas instalações pouco a pouco; e aqueles que já foram instalados, principalmente nos anos 1980, com todo o processo produtivo do vinho modernizado. As adegas têm uma média de 120 m², localizadas em sua maior parte junto à moradia, como uma extensão da casa.

Os bodegueiros, por sua parte, são definidos como aqueles produtores de vinhos que, autorizados pelo Consello Regulador da Denominação de Origem, além de produzirem vinhos a partir de uvas de sua propriedade, estão autorizados também a comprar a matéria-prima de terceiros. Suas instalações são modernas, em aço inoxidável, dispoendo de instalações de frio e trem de engarrafamento, que permitem realizar as atividades de engarrafamento, etiquetamento e encaixamento das garrafas, preparando o produto para ser distribuído. Os bodegueiros do Ribeiro compram uvas de todas as variedades, sejam elas autóctones ou forâneas, e produzem vinhos para todas as condições econômicas do consumidor, ou seja, desde vinhos de alta qualidade como também os de baixa qualidade.

Pode-se afirmar que praticamente todas as bodegas elaboram os vinhos com a mistura de uma variedade forânea com variedades autóctones. Em grande parte, as adegas estão dotadas de laboratórios de análise química e todo o processo de elaboração do vinho está quase sempre sob a supervisão de seu proprietário e também de um enólogo. Nesse segmento, vale destacar a participação da Cooperativa Vitivinícola do Ribeiro, implantada em 1967, e que atualmente representa a produção de 52% de todo o vinho produzido na denominação de origem.

“... no mundo do vinho existe sempre um produto para um tipo de gosto.”

“... as articulações de compra e venda são realizadas através de telefone, faxsímile ... poucos são os que utilizam a Internet...”

Apesar dessas diferenças, isto não se torna um ponto de conflito entre os vitivinicultores locais, pois no mundo do vinho existe sempre um produto para um tipo de gosto. Dessa forma, tanto os colheiteiros como os bodegueiros têm já a sua cota de mercado reservada, que é clientela construída ao longo de sua trajetória.

4. SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DA PRODUÇÃO

O vinho produzido pela rede de vitivinicultores da Denominação de Origem Ribeiro em geral tem um curto alcance, seja ele produzido pelos colheiteiros, bodegueiros ou pela Cooperativa Vitivinícola do Ribeiro. Do volume produzido, 60% são destinados ao mercado consumidor galego (Ourense, Vigo, Pontevedra e Santiago de Compostela), 30% ao Estado Espanhol (Madrid, Barcelona, Bilbao) e 10% se destinam ao mercado internacional (Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, Suíça etc.).

O vinho produzido pelos vitivinicultores tem dois tipos principais de clientes, que são a hotelaria (bares e restaurantes) e consumidores particulares que o adquirem diretamente nas bodegas. Muitos já têm uma clientela própria, formada há mais de 10 anos, sendo que as articulações de compra e venda são realizadas através de telefone, faxsímile e no contato direto com os possíveis compradores; poucos são os que utilizam a *Internet* para expor e vender os seus produtos.

Segundo Etelvino, colheiteiro de Castrelo do Miño, a comercialização de seus vinhos encontra mercado fora da Galícia, principalmente na Comunidade Autónoma de Castilla y León, e já encontrou proposta para exportar para a Suíça e a Venezuela, mas alguns entraves, tais como a exigência dos certificados fitossanitários, capacidade de armazenamento e financiamento, dificultam o processo de exportação.

Para Venezuela, veume un tipo e tal quería uns 200 palés e mês. Dónde saco eu eso? E ademais todavía non teño, unha vez que te metes a eso tes que ter unha infraestrutura pa podeste meter ahí... Nós estamos enpezando, eu levo 3 anos... Falta ter moito diñeiro para meterse a unha cousa desas, e as túas capacidades, eu non son partidario desas cousas tan grandes, eu prefiero as cousas máis selectivas, pequenas, pero máis selectivas... Para Suíza o problema é que me exíxía o certificado de Sanidad, e eu non teño todavía...

Os vinhos produzidos pela Cooperativa do Ribeiro, por sua vez, também têm como principal destino a Galícia, principalmente as cidades de Ourense, Santiago de Compostela, Vigo, A Coruña, para as quais são destinados mais de 80% da produção; 18% são destinados ao mercado consumidor de outras cidades do Estado Espanhol, tais como Barcelona, Madrid e Bilbao; e os 2% restantes, destinados principalmente à União Européia (Alemanha, França e Reino Unido).

Segundo GONZÁLEZ CAÍÑA (1999), o Conselho Regulador da Denominação de Origem está levando a cabo uma política expansiva direcionada a outros mercados, entre os quais se destacam França, em concreto a Normandia, Suécia, Finlândia e Noruega. De acordo com o Presidente do Conselho Regulador,

se pretende por un lado, y a largo plazo, lograr unos niveles de exportación superiores o iguales al 25% de la producción total; y, por outro lado, com el desvío de una parte importante de la

“ Os vinhos do Ribeiro tiveram um passado glorioso, mas na atualidade...”

producción de vino hacia mercados exteriores, originar una revalorización del producto en los mercados interiores, consiguiendo así descongestionar la tradicional zona de venta de los caldos.

Esta intenção é difícil de ser cumprida diante dos graves problemas encontrados na Comarca do Ribeiro, desde o ponto de vista de seus recursos humanos até o seu sistema de produção, comercialização e distribuição.

4. IMAGEM E MARKETING DA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM DO RIBEIRO

Os vinhos do Ribeiro tiveram um passado glorioso, mas na atualidade a imagem de prestígio está muito distante daquela realidade. Não se põe em dúvida a qualidade de algumas marcas e do compromisso que muitas adegas têm com a dinamização da denominação de origem. Nos últimos anos, apareceram adegueiros que apostaram decididamente em elaborar vinhos do mais alto nível, conseguindo resultados satisfatórios, como assim respaldam os múltiplos prêmios e o êxito de vendas alcançado assim como a consideração entre os expertos.

De todos os modos, o ideário popular ainda está longe de associar o Ribeiro com vinhos de qualidade e a maioria o considera como um vinho comum. Razões não faltaram para se chegar a esta situação, uma vez que, durante muitos anos, a fama adquirida no passado foi aproveitada sem escrúpulos para batizar com o nome

de Ribeiro qualquer vinho, com a intenção de aumentar as suas vendas. O *matute*, como se conhece a este vinho falsificado, prejudicou de forma considerável o Ribeiro, já que foram vendidos milhões de litros de *matute* como Ribeiro. Autores como SANTOS SOLLA (1990) afirmam que no fim da década de 1980 foram vendidos entre 75 e 100 milhões de litros de vinho com a etiqueta do Ribeiro.

Essa perda de prestígio não deve ser creditada somente aos taberneiros, uma vez que as próprias adegas também têm a sua participação nessa situação. O processo de degradação da qualidade do vinho do Ribeiro tem a sua origem em finais do século XX, quando, por motivos de mercado, as castes tradicionais foram substituídas por variedades forâneas, conforme vimos anteriormente, que conseguiam elevadíssimos rendimentos e uma fácil manutenção. Naquele momento histórico, a quantidade primava sobre a qualidade e esta condição perdura ainda durante o século XX, até o desaparecimento das castes autóctones. No Ribeiro ainda se segue apostando pela quantidade, como indica o fato de a maioria das cepas em produção ser forânea.

De todos os modos, o fenômeno do *matute* continua a ser o principal entrave da denominação de origem, já que os avanços técnicos permitem elaborar um vinho aceitável com uma matéria-prima, a uva, medíocre. Uma atividade muito grave e prejudicial é o feito de que as próprias adegas ribeiranas engarrafam vinho forâneo e colocam-no no mercado com a etiqueta que certifica a sua origem. Neste caso, está comprometida a razão de ser das denominações de origem, uma vez que estão para certificar a procedência da uva. Além de esse feito ter sido um duro golpe, o escândalo das etiquetas falsas, descoberto em 1995, colocou no banco dos réus os acusados do grupo Arnoia e o Conselho Regulador da Denominação de Origem. Neste momento, a denominação de origem está se recuperando dessa crise e volta a recuperar a confiança do consumidor. De qualquer forma,

**“ Muitos
colheiteiros estão
satisfeitos com a
clientela existente e
não estão dispostos a
investir na
divulgação... ”**

levará ainda algum tempo para que o vinho produzido no Ribeiro se associe a uma imagem de um vinho de qualidade, uma tarefa difícil de se concretizar, uma vez que a rede de produtores não investe na propaganda. Os investimentos são parcos, resumindo-se a alguns anúncios em algum jornal regional ou comunitário. Este segmento acredita que o maior investimento deve ser na produção da uva com qualidade e assim poder produzir um vinho de qualidade, sendo esta estratégia adotada, na sua grande maioria, pelos vitivinicultores locais.

Parece também que existe uma tendência entre os produtores a confiar na história de produção e dedicação na elaboração de vinhos do Ribeiro como a sua principal propaganda. Muitos colheiteiros estão satisfeitos com a clientela existente e não estão dispostos a investir na divulgação do produto, uma vez que não pretendem aumentar a sua capacidade produtiva.

Apesar dessa situação, a participação em feiras, como expositores ou visitantes, tem um efetivo envolvimento dos colheiteiros e bodegueiros ribeiranos, sendo as preferentes as de Madrid e Barcelona. É o momento em que os vitivinicultores entram em contato com a sua realidade competitiva, onde estão expostas as novas tendências de sabores e aromas, como também as novas tecnologias disponíveis na busca de uma qualidade perfeita.

A Feira do Vinho do Ribeiro, realizada no mês de abril, é o momento no qual o Conselho Regulador apresenta os resultados e as novidades da

campanha anual, tendo a participação efetiva de quase a totalidade dos vitivinicultores locais. Essa feira é realizada desde 1963 - neste ano foi realizada a 37ª edição -, nela os interessados no mundo do vinho buscam conhecer os produtos elaborados, sendo também um momento de *cata*⁴, comercialização e premiação dos melhores caldos produzidos na Denominação de Origem do Ribeiro.

CONCLUSÕES

A Comarca do Ribeiro, território de produção de vinhos sob critérios de uma denominação de origem, tem a sua trajetória de elaboração desse produto desde o século XII, com a fundação dos mosteiros de Melón e San Clodio, e seus vinhos foram durante séculos exportados a diversas partes do mundo. Porém é recentemente, a partir de 1940, com a criação da Denominação de Origem em 1945, que esse território passa a obter significativos intercâmbios com o mercado consumidor, mais efetivamente nos anos 60, quando começa a modernizar a sua infra-estrutura produtiva, com a introdução do engarrafamento de vinho, e a partir dos anos 70 até a atualidade, com a modernização de suas adegas e as tentativas de reconversão varietal, buscando reimplantar as variedades autóctones substituídas por forâneas no século XIX, após as crises das enfermidades como o Oídio, o Mildew e a Filoxera.

A entrada do Estado Espanhol e, conseqüentemente, da Galícia na União Européia, a partir de 1986, vem provocando transformações significativas na estrutura de produção da Denominação de Origem Ribeiro, uma vez que os critérios de qualidade passaram a ser definidos em Bruxelas, bem como a regulação dos aspectos relacionados com a competitividade entre os vinhos produzidos no território europeu, pela qual o vinho elaborado nessa denominação de origem

⁴ Ato de provar, analisar e avaliar o vinho do ponto de vista de suas características organolépticas.

**“ O vinho
elaborado na Comarca
do Ribeiro tem
condições de competir
com os vinhos de
outros territórios
produtores... ”**

entra em franca concorrência com os vinhos produzidos na Alemanha, França ou Itália.

O vinho elaborado na Comarca do Ribeiro tem condições de competir com os vinhos de outros territórios produtores, tanto os elaborados no Estado Espanhol como os de outros países da União Européia, uma vez que a atual tendência de consumo de vinhos brancos requer características de um produto fresco, com perfeito equilíbrio em álcool e acidez, aromático, que seja perfeitamente distinguível e com permanente aroma primário da variedade ou variedades contidas, afrutado, ligeiro e brilhante. Os vinhos produzidos nesse território mantêm uma considerável quota de mercado, mas vêm sofrendo problemas de demanda, fazendo com que os vinhos procedentes de fora da denominação de origem sejam misturados ou engarrafados como Ribeiro, apesar de essa prática ser totalmente proibida pelo Conselho Regulador.

Além disso a estes aspectos positivos, a Comarca do Ribeiro, e conseqüentemente, a Denominação de Origem enfrentam problemas de sobrevivência do setor vitivinícola, como o alto grau de envelhecimento da população e dos produtores e a falta de jovens que estejam dispostos a assumir os labores da vitivinicultura. É importante ressaltar que nos labores da vitivinicultura desenvolvidos na Comarca do Ribeiro a família é a responsável pela sustentação do modelo produtivo, aparecendo no controle de todas as etapas do processo, desde a produção da matéria-prima, a ela-

boração dos vinhos e a comercialização até a distribuição produção ao mercado consumidor.

Em relação às redes de comercialização e distribuição da produção vitivinícola, formadas por viticultores, colheiteiros e bodegueiros, essas atividades são realizadas pelos próprios membros da família e por um esquema de ajuda intra- e inter-famílias. Mas, apesar desses problemas, parece factível que esses atores sociais encontram-se num equilíbrio harmônico no qual os espaços de mercado estão garantidos, sendo a produção anual praticamente vendida, tendo bares e restaurantes como principais clientes. Vale destacar a presença da Cooperativa Vitivinícola do Ribeiro, a qual detém a hegemonia da produção, com mais de 50% dos vinhos elaborados na comarca, mas este fato não ameaça o mercado dos colheiteiros e bodegueiros.

As relações de mercado verificadas na Comarca do Ribeiro estão reguladas pelo protecionismo da União Européia que, apesar de estabelecer padrões de produção homogêneos para todos os países e territórios pro-

dutores, colocando em plena competitividade os vinhos produzidos nesta comarca com os de La Rioja, Toscana, Reno, Bordeaux ou Porto, garante a sobrevivência de seus produtores através dos mecanismos definidos pela OCM. Outra questão que deve ser ressaltada é que a produção de vinhos depende de critérios mais personalizados, mais individualizados, o que estimula no mundo competitivo de relações globais a intervenção dos produtores na combinação das diversas variedades de matéria-prima para elaborar um produto que seja característico do seu *savoir-faire* e que seja reconhecido, destacado e aceito no grande mercado das marcas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BENKO, Geoge & LIPIETZ, Alain. *Les régions que gagnent - districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris: PUF, 1992.
2. CALDAS, Alcides dos Santos. Dinâmicas globais e tendências de desenvolvimento em territórios periféricos: O Eixo Juazeiro-Petrolina (Brasil) e a Comarca do Ribeiro (Estado Espanhol). Santiago de Compostela, 2001. Mimeo (tese de doutorado).

3. CUÍÑA SOTERO, Emílio. Cambios e continuidades nos viñedos do Ribeiro. Santiago de Compostela, 2000. Mimeo (*tesina*).
4. CONSEJO ECONÓMICO SINDICAL PROVINCIAL. IIIº Pleno del consejo Económico Sindical de Ourense. Ourense, 1962.
5. DOMÍNGUEZ CASTRO, Luís. *Viños, viñas e xentes do Ribeiro*. Vigo: Xerais, 1992.
6. GONZÁLEZ CAÍÑA, Juan José. Evolución de la producción Vitícola del Ribeiro variables significativas. In: *Col.lección homenatges. Profesor Joan Vilá Valenti*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1999, p.1031-1039.
7. HUETZ DE LEMPS, Alain. *Vignobles et vins du nord-ouest de l'Espagne*. Vol. I e II. Bordeaux: Institut de Géographie, 1967.
8. JUANA, Jesus. *O Ribeiro*. Vigo: Ir Indo, 1993.
9. SANTOS, Milton. *Técnica, espaço e tempo - globalização e meio-técnico informacional*. São Paulo: HUCITEC, 1997.
10. MERUÉNDANO ARIAS, Leopoldo. *Origen y vicisitudes de las antiguas cuatro parroquias de la villa de Ribadavia*. Ourense: Otero, 1914.
11. SANTOS SOLLA, Xose. *Geografía de la vid y el vino de Galicia*. Pontevedra: Diputación Provincial de Pontevedra, 1992.
12. XUNTA DE GALICIA. *Plan de calidad dos viños galegos*. Santiago de Compostela: Consellería de Agricultura, 1985.



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL E URBANO

Mestrado em Análise Regional

(Recomendado pela CAPES)

Objetivos

Contribuir para soluções de problemas econômicos-sociais, ambientais e organizacionais, a nível local e regional. Contribuir para formar e atualizar professores, capacitando-os para um desempenho adequado, na graduação e pós-graduação. Formar uma massa crítica capaz de desenvolver trabalhos científicos que contribuam para o desenvolvimento local, regional e nacional.

Prédio de Aulas 08 - Campus Iguatemi - Alameda das Espatódias, 915 - Caminho das Árvores, Salvador-BA

CEP. 41.820-460 - Tel. (071) 273-8528 - Fax. (071) 273-8525

e-mail: maregional@unifacs.br