

DA TRADIÇÃO FAMILIAR AO MERCADO: A MERCANTILIZAÇÃO DA VITIVINICULTURA NO OESTE CATARINENSE¹

JULIA LOPES PACHECO², SAMIRA PERUCHI MORETTO³

1 Introdução

A vitivinicultura no Sul do Brasil tem raízes no século XVII, porém, foi apenas no século XIX, com a chegada de imigrantes europeus, que a atividade ganhou relevância expressiva. Esses grupos não apenas trouxeram técnicas de cultivo, mas consolidaram o vinho como um pilar da identidade regional. Conforme observa Nodari (2019, p. 191), ao associar a *commodity* à história da vitivinicultura, “a própria identidade é colocada como parte integrante; ela se torna parte de uma herança cultural maior e se engaja em uma história separada de si mesma”. Assim, a prática transcendeu a mera atividade agrícola, tornando-se uma herança cultural transmitida e adaptada ao longo de gerações.

Com o passar do tempo, os descendentes dos imigrantes levaram essa tradição para além das fronteiras do Rio Grande do Sul. Nesse contexto, o Oeste Catarinense integrou-se ao cenário de crescimento de forma gradual. Após décadas em que a viticultura regional esteve limitada ao cultivo de variedades de mesa, atividade iniciada na década de 1950, o cenário mudou drasticamente a partir dos anos 2000. Com o apoio institucional e a transição para uvas finas europeias, como Cabernet Sauvignon, Merlot e Malbec, a região reposicionou-se no mercado. Esse movimento transformou o Oeste em uma nova fronteira vitivinícola, vista hoje como um vetor estratégico para a diversificação da agricultura e o desenvolvimento econômico local.

O estudo dessa temática é fundamental, visto que ainda há escassez de pesquisas que abordem a dimensão histórica e ambiental da vitivinicultura. É necessário ampliar a compreensão sobre as relações entre produção vinícola, natureza, trabalho e economia. Conforme apontam Ferri *et al.* (2024, p. 49), a “análise do processo de transformação e reconfiguração dessas paisagens pelos vinhedos auxilia na compreensão da importância

1 A Vitivinicultura Catarinense E Suas Conexões Globais

2 Graduanda em História, Universidade Federal da Fronteira Sul, *campus* Chapecó, contato: juliapachecolopes725@gmail.com

3 Doutora em História, Universidade Federal da Fronteira Sul, **Orientadora.**

socioambiental e econômica da vitivinicultura nas regiões onde foi introduzida, bem como no modo como o meio ambiente foi afetado e alterado”.

2 Objetivos

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar o processo de mercantilização da vitivinicultura na região do Oeste de Santa Catarina, com foco no período a partir do século XX. Busca-se, ainda, compreender a transição de uma prática tradicional e familiar para uma atividade plenamente inserida nas lógicas de mercado e do agronegócio do século XXI.

3 Metodologia

Para o desenvolvimento do estudo, adotou-se uma metodologia de pesquisa qualitativa. A investigação centrou-se em um estudo de caso da Vinícola Dell’Angelo, situada no município de Xanxerê, Santa Catarina. A coleta de dados contou com entrevista realizada com o proprietário, Nilso Oselame (57 anos), recorrendo aos pressupostos da História Oral para valorizar as memórias, vivências e narrativas do sujeito histórico na construção do conhecimento. O referencial teórico fundamenta-se na História Ambiental e na história das vitiviniculturas, amparado por pesquisadores como Eunice Nodari. Os pressupostos da História Ambiental, campo que investiga as inter-relações entre as sociedades humanas e a natureza ao longo do tempo, foram aplicados como eixo central para compreender a complexa relação entre sociedade e meio ambiente.

4 Resultados e Discussão

A escolha da Vinícola Dell’Angelo para a análise ocorre justamente por sua forte tradição com a cultura e produção local do município de Xanxerê, ilustrando o movimento de expansão e consolidação da viticultura, demonstrando como a propriedade mantém a produção de vinhos, espumantes e sucos, inserindo-os comercialmente em diversos estados do Brasil. Ao tratar da atividade de um grupo social, as tradições tornam-se indissociáveis da vida cotidiana; sem essa profunda relação cultural, um sistema econômico atrelado à uva dificilmente se sustentaria a longo prazo. Essa dupla face do produto é intrínseca ao setor, pois, como destaca

Ferri *et al.* (2024, p. 49), “é relevante, aqui, salientar o caráter de *commodity* da uva e do vinho, que possuem valor comercial, mas que constituem também um capital cultural e simbólico”.

A pesquisa destaca, ainda, a diferenciação estratégica dos produtos: enquanto os vinhos de mesa são produzidos com uvas rústicas (ou americanas) e direcionados ao consumo popular, o vinho fino, elaborado com *Vitis vinifera* e focado em nichos mais exigentes, consolidou-se como uma mercadoria de elevado valor agregado. Esse valor é construído ao associar o produto à tradição familiar, à herança da imigração, à estética da paisagem rural e à sofisticação do consumo. A esse respeito, Nodari e Frank (2019, p. 187) constataam que “o vinho tem forte valor simbólico, comercial e artístico”. A Vinícola Dell’Angelo, ao abranger ambas as categorias, equilibra o apelo popular à distinção do mercado de vinhos finos.

Por fim, os resultados apontam que a mercantilização contemporânea vai além do produto final. Práticas como o enoturismo, as festividades de vindima e a adoção de discursos de sustentabilidade são estratégias para agregar valor. O turismo em áreas de cultivo promove impacto regional, uma vez que “o conceito de enoturismo, também conhecido como turismo do vinho ou *wine tourism* [...] abrange a visitação associada à produção, a gastronomia e às festas relacionadas com a cultura vitivinícola” (César; Da Silva, 2025, p. 285). No cenário catarinense, essa dinâmica se expande para além das regiões tradicionais e do Planalto, destacando-se o avanço da vitivinicultura na Mesorregião Ocidental (Oeste Catarinense) a partir da década de 2000. Impulsionado pelo planejamento voltado a incentivar novas famílias produtoras, o surgimento de bodegas e o aumento de vinhedos em municípios próximos a Chapecó, o Oeste consolida-se como uma nova fronteira produtiva no estado. Essas ações demonstram como experiências culturais são convertidas em atrativos econômicos, unindo a preservação identitária às novas dinâmicas do agronegócio.

5 Conclusão

A experiência analisada na Vinícola Dell’Angelo evidencia, de forma contundente, as profundas transformações da vitivinicultura no Oeste Catarinense ao longo das últimas décadas. A transição observada, que desloca a produção de uma esfera estritamente voltada à subsistência e à tradição familiar para uma atividade integrada às dinâmicas do mercado e impulsionada por empreendimentos locais dinâmicos, revela que a região deixou de ser uma

periferia produtora para se consolidar como um pólo emergente de vinhos e espumantes de qualidade.

Contudo, este estudo demonstra que tal mercantilização não ocorre de forma isolada do capital simbólico. A permanência de iniciativas como a da Vinícola Dell'Angelo no mercado contemporâneo não se explica apenas pela modernização das técnicas de cultivo ou pela ampliação de seu portfólio de rótulos; ela se sustenta, essencialmente, pela capacidade do produtor de ressignificar a história e a herança cultural como diferenciais de mercado. O valor agregado aos produtos e às experiências de enoturismo reside, justamente, nas possibilidades do produto: um item que é, simultaneamente, uma commodity de valor comercial e um elo vivo com as tradições da comunidade.

Portanto, a vitivinicultura no Oeste Catarinense configura-se como um processo histórico-ambiental complexo e em constante metamorfose. O sucesso desta transição, contudo, impõe novos desafios: a necessidade de conciliar a expansão econômica e o aumento da produtividade com a preservação dos recursos naturais e a manutenção da identidade cultural que deu origem à atividade.

Referências Bibliográficas

FERRI, Gil Karlos; NODARI, Eunice Sueli; VELASCO, Julia Mai; TERRERI, Laianny Cristine Gonçalves; TAVARES, Paula. **Vitivinicultura serrana: o despontar de um terroir de oportunidades para Santa Catarina**. São Leopoldo, RS: Oikos, 2024.

GIRELLI, Luciana Silvestre. A cultura como mercadoria: reflexões sobre o processo de mercantilização cultural no modo de produção capitalista. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 24, n. 3, p. 139–152, 2019.

HOBSBAWM, Eric J.. Introdução: A invenção das tradições. In: HOBSBAWM, Eric J.; RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018. Cap. 1. p. 7-25. Tradução de Celina Cardim Cavalcante.

MORETTO, Samira Peruchi; COSTA, Gabrieli Elisa da; RIBEIRO, Michely Cristina. Rumo ao oeste: a expansão da vitivinicultura em Santa Catarina/Brasil, no século XXI. In: NODARI, Eunice Sueli; ROJAS, Facundo; CERDÁ, Juan Manuel; MORETTO, Samira Peruchi (org.). **História ambiental da vitivinicultura americana: cinco séculos de territórios e natureza em torno do vinho**. 2. ed. São Leopoldo, RS: Oikos, 2025. p. 289-308.

NODARI, Eunice Sueli. A sustentabilidade socioambiental na vitivinicultura: o Sul do Brasil como estudo de caso. In: NODARI, Eunice Sueli; ROJAS, Facundo; CERDÁ, Juan Manuel; MORETTO, Samira Peruchi (org.). **História ambiental da vitivinicultura americana: cinco séculos de territórios e natureza em torno do vinho**. 2. ed. São Leopoldo, RS: Oikos, 2025. p. 309-322

NODARI, Eunice Sueli; FRANK, Zephyr. Vinhos de Altitude no Estado de Santa Catarina: a afirmação de uma identidade. **Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 11, n. 26, p. 183-200, jan./abr. 2019. DOI: 10.5965/2175180311262019183.

PROJETO DA TERRA À MESA. *Da terra à mesa: uma história ambiental da vitivinicultura nas Américas*. Disponível em: <<https://projetosvinhedos.wixsite.com/daterraamesa>> Acesso em: 06 julho 2026.

Palavras-chave: Vitivinicultura; Oeste Catarinense; Mercantilização; Cultura

Nº de Registro no sistema Prisma: PES-2025-0219

Financiamento

