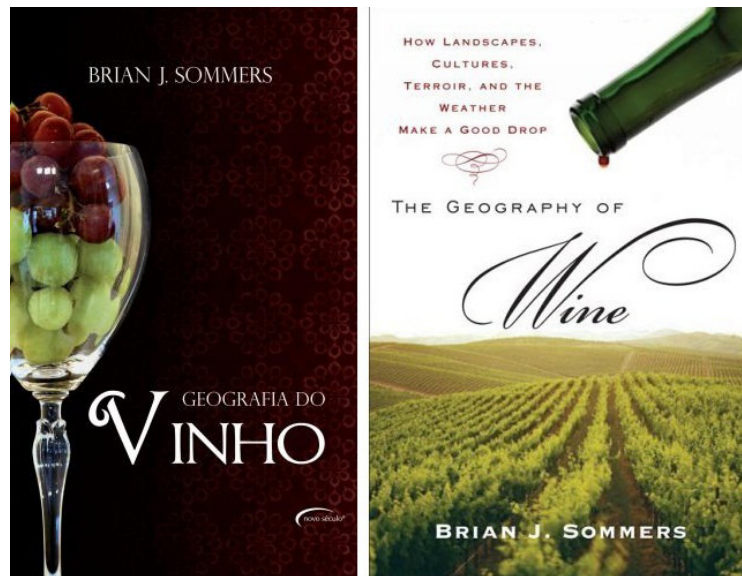




# Resenha de livro SOMMERS, Brian J. Geografia do Vinho.



Tradução de Pamela Andrade. São Paulo: Novo Século, 2010. 237p.  
ISBN: 9788576794004.

Ewerton Reubens Coelho Costa<sup>1</sup>

O livro Geografia do vinho obra de autoria do professor estadunidense Brian J. Sommers foi originalmente escrito em inglês, no ano de 2008, com o título de: *The geography of wine: how landscapes, cultures, terroir and the weather make a good drop*. A referida obra foi traduzida para a língua portuguesa por Pamela Andrade, em 2010, e teve seu título reduzido simplesmente para Geografia do Vinho. O texto tem cunho didático, por vezes chegando a ser ensaístico.

O livro em português traz logo na capa a primeira divergência com a proposta do autor: a imagem da obra na versão brasileira apresenta uma taça com uvas em um fundo negro; enquanto a versão em inglês mostra uma área com a plantação de videiras, evidenciando o espaço (característica fundamental da geografia) de cultivo das vinhas - sendo, portanto, esta última uma imagem mais apropriada para representar um texto que versa sobre geografia. Na versão em português também se pode encontrar uma quantidade considerável de erros de ortografia que provavelmente deva-se

<sup>1</sup> Graduado em Gestão de Turismo pelo IFCE; Especialista em Gestão Pública; Mestrando em Educação Brasileira; Formador de Gestores das Políticas Públicas do Turismo pelo Ministério de Turismo – MTUR e Universidade Federal de Santa; Professor do MBA em Hotelaria e Eventos do Instituto de Pós-Graduação CV & C Ateneu, IGP; Membro do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e da Hospitalidade nos Territórios – IFCE/ CNPQ; Consultor de negócios turísticos – dedicando com ênfase nas pesquisas de segmentação de mercado e nos estudos culturais, atuando principalmente nos seguintes temas: Estudos Culturais - com foco na gastronomia regional, Gestão do Turismo, Gestão do Luxo, Gestão de A&B (alimentos e bebidas), Gastronomia, Turismo Cultural e LGBT. E-mail: ewertonreubens@hotmail.com



a tradução/impressão.

A obra *Geografia do vinho* é composta por dezoito capítulos (Capítulo 1: A geografia e o estudo do vinho; Capítulo 2: Paisagens e regiões do vinho; Capítulo 3: A climatologia e a viticultura; Capítulo 4: Microclimas e vinho; Capítulo 5: Uvas, solo e *terroir*; Capítulo 6: Biogeografia e uva; Capítulo 7: Viticultura, agricultura e ameaças naturais; Capítulo 8: Viticultura e os sistemas de informação geográfica; Capítulo 9: Produção de vinho e geografia; Capítulo 10: Difusão do vinho, colonização e geografia política; Capítulo 11: Urbanização e geografia do vinho; Capítulo 12: Geografia econômica e vinho; Capítulo 13: Comunismo, geografia e vinho; Capítulo 14: A geografia e os concorrentes do vinho; Capítulo 15: Vinho, cultura e geografia da sobriedade; Capítulo 16: Identidade regional, vinho e multinacionais; Capítulo 17: Regionalismo e turismo do vinho; Capítulo 18: Até onde o vinho pode me levar), que trazem análises, a partir do ponto de vista da geografia, sobre o panorama espacial, histórico, econômico, turístico e cultural do vinho.

O interesse do autor pelo tema em questão deve-se a sua entrada no mundo dos vinhos a partir das aulas de geografia do vinho, no mestrado da Universidade de Miami, ministradas pelo Professor John Dome. Com objetivo de contribuir para o processo ensino-aprendizagem e valorização dos estudos da geografia, sobretudo nos campos do planejamento de atividades como o turismo, a obra surge em prol da sistematização e aplicação dos saberes geográficos na cultura do vinho.

O livro está direcionado a todos os interessados pelo vinho ou pela geografia – e ainda, para aqueles que lidam com o turismo e planejamento de atividades que se utilizam da cadeia produtiva do vinho e buscam a geografia como fonte para entender o meio onde ocorre o processo de produção e consumo do vinho.

Brian J. Sommers justifica que o vinho é “mais do que sabor, essência e aparência” (p. 9), que é um assunto como qualquer outro e que, por tanto, pode ser analisado pela geografia. Com este pensamento ele cunhou uma dinâmica bastante interessante para sua escrita usando seus conhecimentos teóricos e práticos, que pode ser observada através da:

a) fidelidade ao mote (vinhos) - utiliza o vinho como assunto para desenvolver todos os capítulos do livro levando em consideração disciplinas dos cursos de geografia (biogeografia, geografia cultural, geografia política, geografia urbana, geografia econômica, etc.).

b) utilização do pensamento clássico da geografia – oferece ao longo do texto a oportunidade de profissionais de outras áreas, que não a geografia, ter contato com autores renomados da geografia científica com, por exemplo: William Pattison (Capítulo 1); Carl Sauer (Capítulo 2); Wilhelm Köppen (Capítulo 3); Johann von Thünen (Capítulos 7, 8, 14, 15); Walter Christaller (Capítulo 12); Charles Darwin (Capítulo 7).

Sommers apresenta ainda uma explanação sobre o preconceito explicitamente direcionado à geografia (p.10) e denuncia uma possível ignorância geográfica das pessoas quando elas pensam na geografia.

O autor faz referência à aplicabilidade educacional da geografia quanto ao seu caráter existencial, presentes no cotidiano, demonstrando vínculos da geografia (lu-



gares, saberes, fazeres, transformação do espaço, regionalização) com os processos localizados de produção do vinho e empregando conceitos fundamentais em todos os dezoito capítulos. A abordagem permite que a geografia torne-se um meio de se conhecer o vinho através de uma geografia cultural vívida, que tem dimensão espacial e econômica bastante influente, principalmente com a atividade turística.

O livro contempla uma vasta gama de conceitos teóricos que são emitidos em linguagem sucinta e direta que o torna prático e de fácil compreensão - sem deixar de ter o imprescindível cunho científico -, demonstrado através da escrita e do embasamento evidenciado pela vida acadêmica e pelas experiências práticas do autor. Trata-se, definitivamente, de um material didático complementar para a formação da geografia e na viticultura.

Pode-se também ampliar a complementariedade da obra considerando que áreas como o turismo, a hotelaria e a gastronomia oferecem em seus cursos disciplinas que utilizam a geografia para entender fenômenos sociais e organização do espaço. E considerando que a atividade turística e áreas afins se utilizam da regionalização como atrativo, este livro serve como apoio para ampliar o conhecimento sobre áreas segmentadas do turismo (enoturismo, enogastronomia, turismo cultural), inclusas numa geografia cultural, que se utiliza do vinho para permanecer no mercado.