**Cooperativa Vinícola Garibaldi comemora 90 anos de história e perspectivas de um futuro de expansão**

*Aniversário é oportunidade de celebrar conquistas mas, sobretudo, projetar avanços que devem acompanhar a marca nas próximas décadas*

A Cooperativa Vinícola Garibaldi chega a seus 90 anos (22 de janeiro de 2021) celebrando mais do que o júbilo de seu emblemático aniversário. Comemora, principalmente, a trajetória que a conduziu até aqui, um símbolo da vitória associativa de seus produtores que a transformaram numa das mais importantes cooperativas vinícolas da América Latina. Foi um caminho de altos e baixos, com momentos ora tensos, ora festivos, mas sobretudo carregados de esperança – a mesma que motivou, em 1931, agricultores locais a darem início a então Cooperativa Agrícola Garibaldi. E, claro, de muito trabalho.

Todo ano, a cooperativa colhe uma produção superior a 20 milhões de quilos de uva. É o resultado da dedicação diária das 420 famílias associadas a vinhedos que cobrem 1,1 mil hectares em 15 municípios. E também dos constantes investimentos que a cooperativa tem feito nos últimos anos, principalmente a partir dos anos 2000. A vinícola ganhou tecnologia produtiva e capacidade de armazenagem. No campo, estudos estratégicos promovem o crescimento sustentável, com produção controlada. No enoturismo, as experiências oferecidas trazem cada vez mais visitantes a seu Complexo Enoturístico, inaugurado no final de 1994 e um dos grandes marcos da recuperação da vinícola após um período conturbado entre os anos 1970 e 1980.

Esses movimentos têm sido responsáveis por sucessivas ondas de crescimento da vinícola. Inclusive mesmo em meio à pandemia. Em 2020, o faturamento da cooperativa chegou aos R$ 188 milhões, atingindo cerca de 7% a mais do que o registrado em 2019. Da mesma forma, as vendas de vinhos finos e de espumantes – carro-chefe da casa – também tiveram alta significativa, respectivamente de 30% e de 15%.

É uma performance, portanto, que deixa ainda mais especiais os frutos colhidos pela cooperativa em seu nonagésimo aniversário. E são muitos. A vindima, iniciada há poucos dias, deve ser 25% maior do que a de 2020. Em números absolutos, significa 25milhões de quilos. Com isso, serão envasados cerca de 20 milhões de litros de sucos, vinhos e espumantes.

**Espumante simboliza nova era para cooperativa**

São esses números que ajudaram a ampliar – e muito – a presença da cooperativa no mercado vitivinícola. Não apenas no Brasil, mas também no Exterior, para onde tem crescido cada vez mais o envio de bebidas. Apenas até maio de 2020, a vinícola havia exportado 270% a mais do que em todo ano de 2019. Foi um ano que demarcou a abertura de novas fronteiras mercadológicas, como Japão e Taiwan, e o reforço com conhecidos parceiros – Nigéria, China e Canadá.

Os espumantes da marca começaram a ganhar mais visibilidade quando a cooperativa passou a apostar mais neles na virada de século, a partir de uma cultura de modernização que ganhou evidência nos anos 1990. A ideia era ter um produto com maior valor agregado, já que os vinhos de mesa e a granel não rentabilizavam mais como outrora.

A nova aposta também significava a chance de uma melhor remuneração para o associado. A primeira década dos anos 2000 trouxe grandes investimentos na elaboração de espumantes, com um trabalho que começou com a reconversão no campo e ganhou tecnologia em produto. A aposta deu mais do que certo, representando uma nova era para a cooperativa.

É com esse ciclo cada vez mais evoluído que a cooperativa chega aos 90 anos e pretende perpassar pelo centenário. “Nós só chegamos até aqui pela perseverança de nosso associado, por isso tenho um sentimento de gratidão para cada um deles, pela paixão que eles empregam no seu trabalho e nos produtos Garibaldi. É com o envolvimento de todos que fazem parte de nossa família que seguiremos investindo em tecnologia e em desenvolvimento de produtos para sermos referência em espumante até 2023”, projeta o presidente da cooperativa, Oscar Ló.

**Cuidar das pessoas, um propósito**

A grande modernização pela qual passou a cooperativa, principalmente a partir da virada de século, trouxe mais do que novos equipamentos, investimentos em tecnologia e a crença em transformar o espumante no principal produto da cooperativa. Um movimento para cuidar das pessoas também se iniciou nos anos seguintes. “Uma cooperativa nada mais é do que a união de pessoas”, resume Ló.

Trabalhar por propósito foi uma necessidade que a cooperativa viu, a partir de estudos estratégicos, para fortalecer os vínculos que a une ao universo que gravita em torno dela. “O nosso propósito, a vida em harmonia, iniciou como um slogan e hoje significa a razão maior de nossa existência. Um propósito não é definido, é identificado”, observa o diretor executivo da Cooperativa Vinícola Garibaldi, Alexandre Angonese.

O propósito faz parte das crenças da cooperativa em fazer as coisas certas, e isso transmite ao público a imagem de uma organização responsável e preocupada com a sustentabilidade social, ambiental e econômica do negócio. “Quem é de fora percebe isso nas nossas conquistas e premiações, mas especialmente na credibilidade como que somos vistos pelo mercado, uma vinícola séria, correta e que pensa no bem das pessoas envolvidas na vida dela”, diz.

Para isso, associados e colaboradores foram envolvidos numa pesquisa que identificou as razões pelas quais elas tinham apreço pela cooperativa. Respostas como “fazer bem feito”, “fazer por amor” e “amor ao que se faz”, lembra a gerente de controladoria, Elizabeth Rossi, foram constantes e elas traduziam a vida em harmonia. “Percebemos que todos os sentimentos traduziam a vida em harmonia. A partir do momento que introduzimos esse propósito no pensamento estratégico da cooperativa, entendemos que todas as partes interessadas, associados, colaboradores, fornecedores, clientes, consumidores e sociedade, estariam atendidos por esse propósito”, conta.

**Raio-X da Cooperativa Vinícola Garibaldi (dados de 2020)**

**Área construída**: 32mil metros quadrados

**Associados:** 420 famílias

**Funcionários**: 200 colaboradores diretos

**Safra:** 25 milhões de kg

**Área de cultivo:** 1,1 mil hectares

**Produção de espumantes**: 2.478.565 litros

**Produção de vinhos**: 2.295.150 litros

**Produção de sucos**: 8.222.745 litros

**Cooperativa Vinícola Garibaldi apresenta vinhos comemorativos a seus 90 anos**

*Dois rótulos, um de espumante e outro de vinho, marcam o especial aniversário da cooperativa*

Dois produtos especiais, cujos lançamentos demarcam os emblemáticos 90 anos da Cooperativa Vinícola Garibaldi, foram apresentados no dia 22 de janeiro, quando a marca celebrou, em festa virtual, seu aniversário. O vinho Garibaldi Reserva 90 Anos e o espumante Garibaldi 90 Anos Extra-Brut trazem a essência da inovação perseguida pela vinícola no preparo de cada nova bebida e serão, primeiramente, distribuídos para as 420 famílias associadas à cooperativa como um ato de gratidão e reconhecimento ao trabalho executado por elas no campo.

A partir do lançamento, o consumidor estará recebendo as limitadas edições para experimentar o que, habitualmente, cada rótulo da casa traz na essência: paixão, qualidade e pioneirismo.

**O primeiro vinho nobre**

O Garibaldi Reserva 90 Anos é o primeiro vinho nobre elaborado pela marca – isso significa dizer que ele está na categoria dos que apresentam mais de 14,1% de álcool natural. Esse assemblage combina quatro variedades viníferas tintas, Tannat predominantemente (60%), além de Merlot (20%), Marselan e Ancellotta, ambas com 10% cada.

Foi um trabalho intenso, que começou nos vinhedos para que as uvas utilizadas atingissem sua maturação fenólica completa, com taninos maduros e alta concentração de açúcares, que permitiu a elaboração de um vinho nobre. Na elaboração, explica o enólogo chefe da casa, Ricardo Morari, foram empregadas modernas técnicas de vinificação, controlando a maceração com as cascas, realizando a délestage (separação das sementes durante o processo de maceração com as cascas) e controlando a temperatura de fermentação para que todos os componentes concentrados na uva pudessem ser extraídos com o máximo de intensidade e qualidade.

**Desafio enológico**

Após a fermentação alcoólica, o vinho maturou em barricas de carvalho francês por oito meses, com a fermentação maloláctica ocorrendo no próprio recipiente. “Controlamos esse estágio em barrica de forma que a madeira não sobressaísse aos aromas frutados, buscando com isso uma perfeita integração entre os aromas do vinho e da madeira. Filtramos minimamente o vinho antes do engarrafamento, para que ele preservasse toda a sua intensidade e complexidade”, explica o enólogo.

Chegar às proporções ideais na elaboração desse vinho especial exigiu diversos testes em busca de seu equilíbrio. Morari lembra que as uvas foram vinificadas separadamente, a partir dos melhores vinhedos e das variedades que melhor se adaptaram ao terroir. “A ideia de trabalhar um assemblage e não um varietal foi buscar maior complexidade, tanto de aromas como de estrutura, mesclando as características de cada uma das uvas que entrou na composição do vinho final. Elaborar esse vinho foi um desafio, pois é o vinho da comemoração dos 90 anos de história da cooperativa”, diz.

O Garibaldi Reserva 90 Anos foi produzido em série limitada – 2,5 mil garrafas numeradas.

**Espumante ficou 18 meses em autólise**

O trabalho para elaborar o espumante também foi intenso. E extenso. O Garibaldi 90 Anos Extra-Brut foi produzido com uvas Chardonnay (85%) e Pinot Noir (15%) pelo método Charmat Longo, no qual a segunda fermentação (ou Tomada de Espuma) foi realizada em autoclaves, permanecendo em autólise (contato do espumante com as leveduras) por 18 meses.

Tudo isso sob uma temperatura controlada a 12°C e mantendo agitação constante para que as leveduras permanecessem em suspensão e o processo de autólise fosse ainda mais intenso. “Utilizamos uma baixa dosagem final de açúcares, caracterizando um Espumante Extra-Brut, todavia o longo tempo de autólise aportou no espumante uma maior concentração de aminoácidos naturais das leveduras, deixando-o cremoso e equilibrado”, diz Morari.

As uvas utilizadas foram selecionadas ainda nos vinhedos, em busca do equilíbrio entre açúcares e acidez, a fim de preservar frescor e intensidade. Os vinhos base de Chardonnay e de Pinot Noir foram elaborados separadamente, com prensagem suave buscando a extração apenas do primeiro mosto (mosto flor), que apresenta melhor conteúdo ácido e de açúcares, sem a extração de polifenóis. A primeira fermentação foi realizada à baixa temperatura, preservando a intensidade e fineza aromática, sendo depois levado para a tomada de espuma.

**As bebidas em análise sensorial**

Segundo o enólogo Ricardo Morari, pela estrutura tânica e o percentual alcoólico alto, o vinho Garibaldi Reserva 90 Anos é ideal se degustado à temperatura entre 14°C e 16°C. Para harmonizar, ele indica pratos de sabores mais marcantes, para equilibrar com a potência do vinho. A coloração do vinho é intensa e os aromas, complexos, lembrando frutas negras maduras, café tostado e leve toque de menta. “Em boca tem potência, maciez, estrutura e persistência longa”, analisa.

O espumante Garibaldi 90 Anos Extra-Brut deve ser apreciado à temperatura entre 6°C e 8°C, a fim de que a liberação dos aromas seja mais intensa. Além disso, é um espumante bem estruturado, que permite harmonização com peixes, frutos do mar e carnes leves. A cor é amarelo palha levemente dourada, com aromas complexos que lembra frutas secas, floral, pão tostado e sutil toque de mel. A perlage é fina e persistente. Em boca, é cremoso e fresco.

**HISTÓRIA: Início remonta a período conturbado**

Em 1931, não era apenas o Brasil que vivia um período conturbado. O mundo também. O chamado “crash” da Bolsa de Valores de Nova York levou o mundo, em 1929, à bancarrota. Portanto, o Brasil ainda tentava – como o restante do globo – se recuperar daquele período de pobreza, que coincidiu também com o fim da República Velha e o início da Revolução da 1930.

Essa época foi especialmente danosa para os produtores rurais do interior do Rio Grande do Sul. Depois da grande crise de 1929, as pequenas propriedades estavam com produção de vinho acumulada, já que a venda foi estritamente prejudicada pela falta de dinheiro no mercado. Crise, recessão, dificuldades de comercialização e de transportes uniu um grupo de agricultores, grande parte de imigrante e de seus descendentes, para dar conta de problemas assim de forma coletiva.

O apoio de lideranças partidárias do movimento cooperativista, como do agrônomo do Ministério da Agricultura Paulo Monteiro de Barros, foi essencial para juntar 73 deles. Assim como a decisão do governo estadual, em 1929, de conceder privilégios fiscais às cooperativas que começassem a funcionar a partir de 1930. E, assim, em 22 de janeiro de 1931, a Cooperativa Vinícola Garibaldi começava a escrever sua história, numa reunião que sacramentou sua criação no Club Borges de Medeiros – prédio não mais existente.

**Rápida ascensão e a crise dos anos 1970**

Três dos 73 fundadores da cooperativa, a começar por Leonel Nicolini e seguido por Baptista Locatelli e Fortunato Chesini, tornaram-se presidentes nas duas primeiras décadas da organização. O sucesso da empreitada não tardou.

A produção do primeiro ano da nova cooperativa não passou de 300 mil litros de vinho, mas em menos de 10 anos esse número passaria a 3,5 milhões de litros e alcançaria os 10 milhões de litros em 1949, época que superou os mil associados. Foi nesse tempo que a Garibaldi foi reconhecida como a “maior cantina cooperativa das Américas”.

No final da década de 1950, a Vinícola Garibaldi foi uma das que contribuíram com os 30 milhões de litros de vinhos embarcados para a França, que sofreu uma grande quebra na safra de 1958. Do total do volume, dois terços saíram das cooperativas vinícolas.

Logo depois, na entrada dos anos 1960, algumas decisões da cooperativa mostraram-se equivocadas. Uma delas foi a de rechaçar a oportunidade de engarrafar seu vinho para a francesa Bernard Taillan. A ideia era que essa marca entrasse no mercado nacional para fugir das taxações de importação. Assim, a cooperativa acabou se afastando das tecnologias de alto padrão para a produção de vinhos finos.

Junto com isso, outros problemas surgiram. Duas safras, as de 1970 e 1971, não foram totalmente pagas aos associados, e outras três, as de 1968, 1969 e 1972, foram pagas com descontos. Era um sinal sobre a saúde financeira da organização.

Muitos associados se desfizeram de animais e de objetos pessoais para sobreviver. O crédito junto aos organismos financeiros já não era mais liberado para a cooperativa, dando conta da gravidade do momento. Mesmo com um grande patrimônio e vinho em estoque, a situação exigiu a intervenção para que não fechasse. Entre 19 de julho de 1973 e 8 de agosto de 1978, a cooperativa ficou sob comando do Banco Nacional de Crédito Cooperativo, vinculado ao Ministério da Agricultura – o BNCC foi extinto no governo de Fernando Collor de Mello.

**Refrigerante ajuda a combater crise**

Mais de 500 associados deixaram a cooperativa nessa época. Mas, ao final da intervenção, a cooperativa ensaiava uma volta aos bons tempos. A safra de 1978 foi paga antes de findar o primeiro semestre e máquinas automáticas chegaram a seu parque industrial. Para ajudar na retomada, outra ação foi se desfazer de parte do patrimônio.

Os anos 1980 trouxeram a 1ª Festa Nacional do Champanhe (Fenachamp) e novos produtos, mas o Brasil vivia a época da hiperinflação. Ou seja, era difícil se reestabelecer. Novos cortes de funcionários e de venda de patrimônio se sucederam. A aceitação do Banco do Brasil para renegociar dívidas dos Empréstimos do Governo Federal (EGF) de 1988 e 1990 reacenderam o ânimo na cooperativa, que passou até a produzir refrigerante na década de 1990 para ajudar a sair da crise.

**2006, o ano do início da virada**

Mas foi a aplicação cautelosa dos recursos no Complexo Enoturístico que foi um dos grandes momentos de virada da cooperativa. Inaugurado em dezembro de 1994, ajudou a vender os produtos da marca e a ingressar a organização numa nova frente de receitas. Com a vinícola se recuperando e conceitos de modernização sendo implantados, uma nova administração chega com o novo século, trazendo uma outra chance de recuperação. Era um novo momento, de grande concorrência e evolução do setor.

Para isso, uma estratégia foi montada. O foco da cooperativa recaiu sobre o espumante. Um estudo de marca e produto, a aquisição de equipamentos de última geração e um aprimoramento técnico, enológico e agrícola, ao lado de um plano de marketing utilizando a marca “Garibaldi”, começou a recolocar a vinícola entre as grandes do país novamente.

Em 2009, por exemplo, a vinícola havia crescido 30% em relação ao ano anterior. Em 2011, quando completou 80 anos, a cooperativa adquiriu os direitos da marca Granja União – primeiro vinho varietal a ser produzido no país e um marco na vitivinicultura nacional – para introduzir em seu portfólio. A permanente qualificação da cadeia produtiva e o trabalho próximo ao produtor de uva para resultar em produtos únicos trouxeram um contínuo respaldo do mercado. Fruto de uma gestão cuidadosa e, ao mesmo tempo, arrojada, pensada para garantir a sustentabilidade do negócio e das famílias pelos vieses ambientais, sociais e econômicos, a cooperativa seguiu crescendo. Em 2018, faturou 16% a mais do que 2017.

Mas não era apenas o vigor financeiro que voltava. O prestígio também. Tanto de público, quanto de crítica. Em 2018 e 2019, a cooperativa foi a vinícola nacional mais premiada no mundo. Mesmo em 2020, o ano da pandemia, a marca seguiu em ascensão, crescendo em faturamento e também em vendas. E, claro, elevou, também, o tamanho do orgulho do associado, novamente honrado em fazer parte da família Garibaldi.

**RÓTULOS DE EXCELÊNCIA: Aptidão pelo pioneirismo garante inovação em produtos**

Muitos são os produtos que fizeram – e fazem – história no catálogo da Cooperativa Vinícola Garibaldi. A vinícola sempre desenvolveu um apreço em apresentar ao público novas experiências de consumo, oferecendo um sabor de novidades em seus produtos. Do antológicos Precioso, um dos primeiros vinhos de fama nacional, passando pelo popular Gotas de Cristal e pelo clássico Garibaldi até chegar à linha Astral, de produtos biodinâmicos, a cooperativa construiu um know-how para, constantemente, renovar o mercado.

Essa aptidão pelo pioneirismo garante a inovação que até hoje é não apenas um dos símbolos da cooperativa, mas um referencial em seu portfólio – o que garante um cartel com algumas exclusividades. Um deles é o Garibaldi Prosecco Rosé Brut, único espumante brasileiro dessa variedade, elaborado com uvas Prosecco e até 5% de Pinot Noir – responsável pela coloração rosácea da bebida. Lançado em abril de 2019, o produto ingressou 5StarWines – The Book 2021, guia internacional organizado pela Vinitaly, uma das maiores feiras mundiais do setor, na Itália.

Outra exclusividade da cooperativa são os sucos e espumantes elaborados com uvas biodinâmicas, certificados internacionalmente pelo selo Demeter. Além de ter sido a primeira, é a única vinícola brasileira que elabora essas bebidas com uvas que são mais do que orgânicas. Para obtê-las, é preciso respeito ao meio ambiente, entendimento dos ciclos naturais das plantas e de sua relação com os astros. Na agricultura biodinâmica, não há uso de sementes tratadas e são feitos preparados com plantas medicinais, esterco (não de origem agroindustrial) e outros produtos para adubar o solo, observando sempre os fatores astronômicos para o manejo dos cultivos, com menor dependência de insumos externos. Isso fortalece as plantas e equilibra as forças da natureza, resultando em alimentos mais intensos e saborosos.

Lançamentos como o Ice, um espumante Prosecco para tomar com algumas pedrinhas de gelo que também ganhou versão sem álcool, mostram não apenas a versatilidade dos produtos da vinícola, mas como ela está preocupada com diferentes públicos e com a pesquisa para desenvolver bebidas diferenciadas.

**Premiações chancelam reconhecimento mundial**

Desde que a cooperativa elegeu o espumante como carro-chefe, sucessivas premiações nos mais diversos concursos nacionais e internacionais começaram a ser recebidas. O Espumante Garibaldi Moscatel, por exemplo, foi o brasileiro mais premiado em concursos no Exterior em 2009 e 2010, além de ter conquistado, em 2007 e 2008, o prêmio máximo no mais prestigioso concurso de espumantes do mundo, o Effervescents du Monde, na França, conquista repetida em 2010.

A bebida segue trazendo resultados. Em 2018, o mesmo moscatel foi considerado o melhor espumante do Cone Sul no concurso Catad’Or Wine Awards, no Chile. Depois de ter sido pelos últimos dois anos seguidos a vinícola brasileira mais premiada, a marca gaúcha voltou a registrar em 2020 um desempenho performático em conceituados concursos mundiais. Foram quase 70 distinções. Além da concedida pela Vinitaly, no qual novamente o Espumante Garibaldi Moscatel foi condecorado no guia 5StarWines, na França o Espumante Garibaldi Chardonnay saiu do concurso Citadelles du Vun como o melhor do Brasil entre os participantes.

Reconhecimentos também na Inglaterra e no Japão divulgaram ainda mais a internacionalização da marca, que também obteve importantes conquistas no Brasil. A vinícola saiu do Brazil Wine Challenge com o maior número de espumantes premiados do certame – oito no total.

Não foram apenas os espumantes que se sobressaíram. Um dos emblemáticos produtos da casa, o agora revitalizado Relax, obteve o título de melhor rosé do Brasil, na avaliação da 9ª edição da Grande Prova Vinhos do Brasil. Já o Riesling Granja União concedeu à cooperativa o título de melhor vinho branco não aromático da Avaliação Nacional de Vinhos – Safra 2020. É um desempenho que reforça as peculiaridades de seus produtos, assinados pelo talento de quem está há 90 anos fazendo o que mais sabe: engarrafar qualidade em cada rótulo.

**ENOTURISMO: Cooperativa Vinícola Garibaldi é fomentadora para o município**

O ano de 2020 se desenhava como o de maior movimento na história do enoturismo da vinícola, um projeto que ganhou forma a partir de 1994. Em janeiro e fevereiro, 24 mil pessoas haviam passado por seu Complexo Enoturístico, uma marca 20% superior à registrada no mesmo período de 2019. Mas, em março, a chegada da pandemia alterou profundamente esse cenário. Mesmo assim, o dado ilustra como esse braço da cadeia vitivinícola movimenta receitas na cooperativa, impactando, também diretamente no turismo no município.

Em 2019, por exemplo, ano que permite uma leitura fidedigna da visitação recebida na Rota dos Espumantes, roteiro turístico criado em 2011 pela prefeitura e pelas cantinas, mostra que a Vinícola Garibaldi foi responsável por 70% do total dos visitantes recebidos. Maiquel Vignatti, gerente de Marketing e de Enoturismo, tem motivos para explicar esse sucesso. “Oferecemos histórias para serem degustadas”, comenta o colaborador com 20 anos de casa. São histórias relacionadas à paixão do ofício em “fazer” vinho, da vitória do imigrante por meio do cultivo das videiras, da própria história do município, conhecido como a Capital Brasileira do Espumante. “Mostramos essência, paixão, vocação, sonhos. Por meio de experiências, criamos laços com as pessoas”, enumera.

Uma dessas é o Taça & Trufa, que combina a harmonização de chocolates com espumantes, realizada nas caves da cooperativa – durante a pandemia, a atração ganhou uma vídeo-aula enviada para a casa das pessoas, que podiam adquirir os produtos via WhatsApp. Outra é a Degustação às Cegas. Aqui, a visão é vedada para mostrar como outros sentidos são despertados pelo vinho.

São experiências que ajudaram a levar para a Cooperativa Vinícola Garibaldi, em 2019, 145 mil visitantes. Se a pandemia freou esses números em 2020, levando a uma queda de 64% na quantidade de visitantes, por outro a cooperativa percebeu aumento no ticket em novembro passado. As cifras ficaram próxima dos R$ 90, um acréscimo de 180% em relação ao mesmo período de 2019.

Vignatti sabe que é uma questão de tempo – quem sabe de meses – para que o turista volte a se aventurar por entre pipas, caves e degustações na Garibaldi, garantindo o futuro do serviço. “O enoturismo é um dos nossos principais produtos, porque proporciona a sensação de pertencimento, e o convívio torna as pessoas afetivas à marca. Será o principal diferencial de qualquer região vitícola porque se conta uma história, se atrela isso à gastronomia, criando experiências mais memoráveis e marcantes”, comenta.

**CASES: A vida em harmonia traduzida em cases**

**A vida de quem faz a cooperativa**

Uma cooperativa se forma por meio da união de pessoas. Na Cooperativa Vinícola Garibaldi, são quase 200 delas que atuam como colaboradoras e tantas outras que fazem parte das 420 famílias associadas. Seja como forma de dar continuidade a histórias iniciadas há décadas no campo ou dentro da própria vinícola, seja como forma de buscar crescimento profissional e conquistar a independência, histórias pessoais se fundem para criar a coletividade da cooperativa.

Uma união de esforços que tem, na uva, o motivo do trabalho de todos, e na cooperativa, a razão do orgulho por esse trabalho. Orgulho que move o trabalho do produtor Fernando Henrique De Luca, de apenas 30 anos. Em 1918, seu bisavô, Luiz, adquiriu as terras em Marcorama, no interior de Garibaldi. Passados mais de 100 anos, elas continuam sendo a fonte de sustento da família.

**Décadas de dedicação**

A relação com a cooperativa começou em 1943, quando seu avô, Gabriel, começou a entregar uva na vinícola, associando-se em 1947. O pai, Gabriel, fez o mesmo em 1981, e Fernando repetiu o gesto em 2009, mantendo uma tradição de gerações dentro da família De Luca. “Ocupamos um papel muito gratificante que é produzir uvas de qualidade para termos produtos de qualidade. Quando vemos esse reconhecimento internacional da cooperativa, sentimos que nós estamos ganhando essas medalhas, porque sabemos que é o nosso trabalho do dia a dia que está nessas premiações”, diz o produtor.

E faz uma analogia da sua vida com o ciclo da videira, mostrando quanto seu cotidiano está ligado à uva e quanto isso representa de orgulho. “Meu produto, minha família está valorizada pelas premiações, o que nos dá muito orgulho. E tenho orgulho porque minha vida gira em torno da uva. No inverno, quando as parreiras estão sem folha, eu fico mais triste. Quando começa a primavera, você escolhe os galhos e começa a se animar. Então, quando vê os primeiros brotos, eu começo a ter mais esperança, e com o crescimento da parreira, eu vou me renovando, e quando chega a uva madura, na colheita, você fica com expectativa e sente orgulho quando tira uma uva de qualidade, porque sente teu trabalho valorizado e sente orgulho de ter produzido aquilo com suas mãos, com seu suor”, comenta.

A família Cattani é outra que tem uma extensa relação com a cooperativa. Mas não no campo. Jorge Cattani é gerente de produção e há 44 anos dedica seus dias ao trabalho na vinícola. Ele é um dos Cattani que tiveram na cooperativa o único emprego da vida. Foi assim com seu avô e com seu pai. E, agora, com seu filho, já com sete anos de casa. “Temos uma história muito longa e bonita aqui dentro”, comenta. Para ele, a cooperativa vive um grande momento, e chegou nesse estágio sustentada num tripé formado por trabalho, dedicação e amor ao que faz. É assim que ele vê a continuidade do negócio. “Estamos num patamar elevado de qualidade e reconhecimento, e temos como desafio manter esse padrão. Chegar no topo a gente pode chegar, mais o maior desafio é se manter no topo”, diz.

**Um lugar de acolhida**

Nem todos que trabalham na vinícola são nativos de Garibaldi. Alguns vêm de muito longe, e encontram na cooperativa mais do que um lugar para trabalhar, encontram também acolhida. A assistente de processo Bettina Garcia dos Santos, de Montevidéu, e o cantineiro Geremias Carneiro Almeida, da Bahia, assistente de processo, representam alguns desses que fizeram de Garibaldi um novo lar. “É um orgulho estar aqui, porque temos uma família aqui”, diz Elisabete, há 10 anos na cidade. Geremias concorda. “A Garibaldi é uma empresa grande, temos segurança aqui e as pessoas me ajudaram bastante quando cheguei, sou muito grato a eles”, corrobora.

**Diferença na vida do cooperativista**

O produtor Vanderlei Berra destaca a relação familiar estabelecida entre a cooperativa e o agricultor. Vindo de uma família que ocupou assentos no conselho da cooperativa, lembra que sempre tiveram uma relação muito próxima. “Nunca entregamos um quilo de uva fora da cooperativa, sempre fomos cooperativistas”, conta. “Sempre acreditamos na cooperativa, a gente produz variedades que ela precisa e ela elabora os produtos e vende nosso produto”, diz.

Essa garantia da comercialização da matéria-prima é uma das grandes vantagens para os associados na visão do assistente técnico Evandro Bosa, que há 28 anos acompanha de perto o produtor. Ele é um dos que, dentro de um planejamento estratégico da cooperativa, está presente na propriedade orientando os agricultores para que obtenham uma produção de qualidade para que atendam a necessidade do mercado. “O produtor planta as variedades que a cooperativa precisa e tem a certeza de sua comercialização e do ganho em cima do que produz. Ele é o dono do nosso negócio e que dará a continuidade da cooperativa”, avalia Bosa.

É esse acompanhamento que tranquiliza os produtores. Cristiano Moro, terceira geração da família no cultivo da vinha, passou um tempo fora estudando e retornou para seguir a produção. “É uma vida em harmonia, uma troca de convívio respeitosa, de transparência, há uma sintonia muito grande”, destaca.

Para ele, a cooperativa também ajudou a dinamizar a propriedade, pois ela precisava de uma releitura tendo em vista o futuro. “Temos muito orgulho do que fizemos, temos qualidade de vida a gente ama desempenhar esse papel importante na sociedade de levar alimento às pessoas, porque o vinho é sim alimento, e a gente faz parte de momentos especiais de pessoas especiais”, opina Moro.