

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM AGRONEGÓCIO

LARISSA GONÇALVES FERNANDES

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA VINHOS NO BRASIL

Botucatu – SP

Outubro - 2022

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM AGRONEGÓCIO**

LARISSA GONÇALVES FERNANDES

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA VINHOS NO BRASIL

Orientador: Prof. Dra Fernanda Cristina Pierre

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à FATEC - Faculdade de Tecnologia de Botucatu, para obtenção do título de Tecnólogo no Curso Superior de Agronegócio.

Botucatu - SP
Novembro - 2022

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA VINHOS NO BRASIL

GEOGRAPHICAL INDICATIONS FOR WINES IN BRAZIL

Larissa Gonçalves Fernandes¹

Fernanda Cristina Pierre²

RESUMO

A vitivinicultura no Brasil já é uma realidade dada sua expansão e seu reconhecimento na produção de vinhos finos. A Indicação Geográfica, seja da espécie indicação de procedência ou denominação de origem, obtidas em diversos territórios vitivinícolas brasileiros consolidou a importância dessa produção. No que tange a vitivinicultura, foi um processo construído pelo sentimento identitário dos imigrantes que chegaram ao Brasil, mais precisamente no Rio Grande do Sul, no século XIX. A expansão das áreas de produção em todo o território nacional vem ocorrendo com produção de qualidade e com competitividade em relação à produção vinícola internacional. Nesse sentido, busca-se entender a expressão da vitivinicultura como forma de preservar a memória, a cultura e o patrimônio do vinho no Brasil. O objetivo deste trabalho foi entender, por meio de uma revisão de literatura, as indicações geográficas para vinhos no Brasil. Os vinícolas nacionais familiares encontraram oportunidades de mercado, nacional e internacional, devido a qualidade que as IG'S proporcionam para o mercado. Os viticultores, direta ou indiretamente, foram beneficiados com possibilidade de continuar em sua atividade agrícola.

Palavras-chave: Identidade, Patrimônio, Sustentabilidade.

ABSTRACT

Viticulture in Brazil is already a reality given its expansion and its recognition in the production of fine wines. The Geographical Indication, whether of the type indication of origin or denomination of origin, obtained in several Brazilian wine territories consolidated the importance of this production. With regard to viticulture, it was a process built by the identity of the immigrants who arrived in Brazil, more precisely in Rio Grande do Sul, in the 19th century. The expansion of production areas throughout the national territory has been taking place with quality production and competitiveness in relation to international wine production. In this sense, we seek to understand the expression of viticulture as a way to preserve the memory, culture and heritage of wine in Brazil. The objective of this work was to understand, through a literature review, the geographical indications for wines in Brazil. National family wineries have found market opportunities, nationally and internationally, due to the quality that IG's provide to the market. The viticulturists, directly or indirectly, were benefited with the possibility of continuing in their agricultural activity.

Key Words: Identity, Heritage, Sustainability.

¹ Cursando Superior em Tecnologia em Agronegócio – FATEC, endereço Botucatu – Sp. E-mail: larissa.fernandes3@fatec.sp.gov.br

² Docente da Faculdade de Tecnologia de Botucatu - FATEC. E-mail: fernanda.pierre@fatec.sp.gov.br

1. INTRODUÇÃO

Uma parcela da sociedade tem intensificado a demanda por produtos diferenciados a fim de consumir alimentos com maior qualidade, que possuem referências culturais e rastreabilidade dos territórios onde são produzidos. As primeiras bases para essa diferenciação ocorreram na Europa, no século XVIII, com o estabelecimento da origem de vinhos, como o do Porto, em Portugal, o de Bordeaux, na França, o de Chianti, na Itália, e o de Rioja, na Espanha. Com o atual e intenso uso das tecnologias de informação e comunicação para aquisição e compartilhamento das experiências sensoriais, os consumidores impulsionam o crescimento desse setor a cada ano. Nesse contexto, os países têm fortalecido estratégias científicas, tecnológicas, políticas e mercadológicas para ampliar a oferta de produtos certificados visando evitar fraudes, agregar valor e elevar o desenvolvimento rural. (BOLFE, 2018).

Ainda segundo o autor, o conceito de Apelação de Origem (AO), criado a partir da lei francesa de 1º de julho de 1905 para combater fraudes em vinho, passou a ser reconhecido internacionalmente em 1958, pelo Acordo de Lisboa, administrado pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). Na década de 1990, foi introduzido o conceito de Indicação Geográfica (IG), com o mesmo princípio de relação entre produto e origem, porém menos restrito do que a AO. Em 1994, o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS, na sigla em inglês), da Organização Mundial do Comércio (OMC), estabeleceu que as IGs identificam um produto como originário de certa região ou localidade quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto é essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Nesse sentido, a IG atua como uma espécie de certificação, aqui entendida como a “definição de atributos de um produto, processo ou serviço, e a garantia de que eles se enquadram em normas pré-estabelecidas”. (GLASS; DE CASTRO, 2009).

No Brasil, as IGs foram instituídas formalmente em 1996, com a promulgação da Lei nº 9.279, que dá competência ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para estabelecer as condições de registro das IGs. Uma IG pode ser definida como uma ferramenta coletiva de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios. A legislação brasileira estabelece duas formas de definição desses atributos: (i) a Indicação de Procedência (IP), que se refere ao nome do local que se tornou conhecido

por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou por prestar determinado serviço; e (ii) a Denominação de Origem (DO), referindo-se ao nome do local que passou a designar produtos ou serviços cujas qualidades ou características podem ser atribuídas à sua origem geográfica. (BOLFE, 2018).

O objetivo deste trabalho foi estudar, por meio de uma revisão de literatura, as indicações geográficas no Brasil.

2. DESENVOLVIMENTO DO ASSUNTO

Em virtude da globalização das IGs, muitos autores começaram a questionar as implicações econômicas, políticas e socioculturais da regulamentação desse dispositivo. Dentre as interpretações mais recorrentes, algumas apontam para o papel das IGs como mecanismos de mercado que transmitem informações essenciais sobre o produto – geralmente pelo intermédio de um selo –, o que possibilita reduzir assimetrias entre produtores e consumidores. Outros autores preferem destacar as políticas de diferenciação como ferramentas indispensáveis das estratégias competitivas utilizadas pelos agentes econômicos para controlar os mercados a partir de novos arranjos institucionais. Finalmente, uma terceira perspectiva destaca a contribuição das IGs na construção de sistemas produtivos locais fundados na autenticidade, tipicidade e originalidade dos produtos. Neste caso, as IGs não são vistas apenas como um mecanismo para reduzir as possibilidades de fraude e oportunismo, ou simplesmente como um mecanismo de reprodução do poder de mercado, mas como um meio que facilita conexões entre diferentes atributos, relacionando processos, produtos, lugares e pessoas (NIEDERLE, 2014).

Esses tipos de certificados de produtos agroalimentares são importantes ferramentas capazes de transportar uma informação específica de um produto pelos elos da cadeia produtiva, até chegar ao consumidor, comunicando uma mensagem de um atributo que o torna diferente dos produtos similares. Por trás deste objetivo primário de comunicar um atributo ao consumidor, outras questões emergem quando se trata de certificação de produtos agroalimentares, tais como: formatos e estruturas de coordenação dos atores, poder na cadeia produtiva, políticas públicas de incentivo e proteção ao produtor (DUTRA, 2009).

As indicações geográficas contêm peculiaridades, quando comparadas ao grande sinal distintivo do estabelecimento agrário e de todas as empresas modernas, que são as marcas, tratando-se de um direito de natureza coletiva, que não pode ser objeto de licença

ou de cessão.(ALMEIDA; AMARO, 2018)

Ainda de acordo com os autores, o registro de Indicação Geográfica é conferido a produtos ou serviços que são característicos do seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, além de distingui-los em relação aos seus similares disponíveis no mercado. São produtos que apresentam uma qualidade única em função de recursos naturais como solo, vegetação, clima e saber fazer (know-how ou savoir-faire). O Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI é a instituição que concede o registro e emite o certificado no Brasil.

A Indicação Geográfica é um processo relativamente novo em países desenvolvidos que não tem a tradição na valorização da origem da produção agrícola. Assim a implementação do processo de reconhecimento e seus resultados dependem da forma com que cada região explora essa valorização local e, também, da capacidade dos atores envolvidos em articular isto em mercados externos em que estão inseridos (MAFRA et al., 2008).

O Ministério da Agricultura brasileiro é uma das instâncias de fomento das atividades e ações para Indicação Geográfica de produtos agropecuários. Existem duas espécies ou modalidades de Indicação Geográfica: “Indicação de Procedência” e “Denominação de Origem”. A Indicação de Procedência é o nome geográfico (país, cidade, região ou localidade) reconhecido pela produção, fabricação ou extração de determinado produto ou serviço. A Denominação de Origem é o nome geográfico que identifica produto ou serviço dotado de características devidas, exclusivamente, ao meio geográfico (fatores naturais e humanos). (ALMEIDA; AMARO, 2018)

Ainda de acordo com os autores, a função da Identificação Geográfica é proteger o produtor da concorrência desleal, da usurpação do nome do produto, garantindo ao consumidor a procedência e qualidade. A Indicação Geográfica também proporciona o desenvolvimento socioeconômico da região, a valorização do patrimônio cultural e incremento do turismo. As vantagens da obtenção do selo nem sempre são provenientes do acréscimo do preço de venda do produto, mas sim da maior estabilidade desses preços, abertura de mercados, melhoria qualitativa e padronização dos produtos e desenvolvimento do agro turismo.

A diferenciação destes produtos encontra-se na valorização de fatores físicos e humanos de um local. Sendo assim, este processo ocorre dentro de uma coletividade que carrega consigo tradições, valores, culturas, entre outros em comum. Há um investimento

coletivo na construção de uma imagem para o produto e para o território (WILKINSON, 1999).

A Indicação Geográfica “vem sendo difundida e apropriada como um processo de qualificação que busca valorizar as potencialidades locais e a origem do produto” (MAFRA et al., 2008,).

Este processo desloca os esforços de qualificação para a origem do produto: o que antes era feito pelas indústrias agora passa a ser valorizado na pequena produção, causando mudanças no sistema agroalimentar. (FIGUEIREDO, 2013).

No Brasil, o registro de DO é de competência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial - Inpi, autarquia vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Os pedidos de registro devem atender ao especificado na Instrução Normativa 25/2013 (INPI, 2013), que se aplica a produtos e serviços. Dentre os diversos requisitos para o registro de uma DO, é necessário incluir o Regulamento de Uso do nome geográfico e a comprovação da existência de uma estrutura de controle sobre os produtores que tenham direito ao uso exclusivo da DO, bem como sobre os produtos. O Regulamento de Uso é elaborado pelo substituto processual da DO, não havendo especificações particulares quanto à formulação desse documento. O Regime de Controle pode ou não incluir certificação de terceira parte, a critério do substituto processual, não havendo maiores especificações obrigatórias quanto ao Plano de Controle. (PEREIRA; TONIETTO; MARTINAZZO, 2016).

2.1. Indicação Geográfica no Vinho

As Indicações Geográficas foram promotoras do desenvolvimento da Região do Vale dos Vinhedos, trazendo oportunidades novas. Com a valorização do local surgiram atividades não agrícolas que trouxeram aos viticultores a possibilidade de continuar em suas terras e em sua atividade agrícola. Ocorreu, também, a revalorização da uva, destinada à produção de vinhos finos, o que estimulou aos viticultores de viníferas a investirem mais em sua atividade (FERNANDEZ, 2012).

A primeira indicação geográfica do Brasil, sob registro número 200002, foi reconhecida pelo INPI em 22 de novembro de 2002, tendo como titular do direito de propriedade a APROVALE - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. (TONIETTO; ZANUS, 2007).

As inovações que a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos introduziram foram: Área geográfica de produção das uvas e dos vinhos delimitada; conjunto de

cultivares autorizadas, todas da espécie *Vitis vinifera* L.; conjunto restritivo de produtos vinícolas autorizados; limite de produtividade máxima por hectare; padrões de identidade e qualidade química e sensorial mais restritivos, com aprovação obrigatória dos vinhos por um grupo de expertos em degustação; elaboração, envelhecimento e engarrafamento na área delimitada; sinal distintivo para o consumidor, através de normas específicas de rotulagem e conselho Regulador de autocontrole. (TONIETTO; ZANUS, 2007).

No decorrer dos anos, foram sendo reunidos e consolidados os aspectos organolépticos que devem estar presentes, e que devem ser observados. Todos esses quesitos são avaliados por uma comissão mista, composta por pessoas que fazem parte do Vale dos Vinhedos e por agentes externos, como pesquisadores da Embrapa. Esse teste se dá no laboratório da Embrapa Uva e Vinho de Bento Gonçalves. Trata-se de um teste de degustação às cegas, o que quer dizer que ninguém sabe de quem é o produto que está sendo analisado. Isso garante a imparcialidade na análise. Isso não significa que todos os vinhos são ou devam ser idênticos. Pelo contrário, cada um tem uma tipicidade que depende da criatividade e do trabalho do enólogo de cada vinícola. Mas há padrões mínimos, como cor, limpidez, aromas mínimos, etc, que devem, necessariamente, estar presentes em todos os vinhos, o que garante a identidade, sem torná-los idênticos. (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2010).

As Indicações Geográficas são os instrumentos necessários para atender esses consumidores de vinho, que buscam em cada garrada uma história, uma tradição e uma cultura. O vinho alcança características que o torna singular, no sabor, na tonalidade, na procedência, entretanto essa característica que o remete à sua origem, que o identifica entre os demais é significativa, é a sua essência, pois é o atributo distintivo que traz à tona a sua singularidade. Na origem do vinho, há uma história, uma tradição, um saber-fazer relacionado a uma localidade específica e excepcional, ligada diretamente a um território. Por essa razão a origem do vinho é signo distintivo, oriundo de uma paisagem vitivinícola. (MEDEIROS; SOUZA, 2020)

Os objetivos básicos das indicações geográficas são os de proteger os produtos dela originados, bem como sua denominação geográfica. Isso beneficia tanto os produtores vitivinícolas, que têm interesses comerciais e ficam sujeitos ao cumprimento de um conjunto de regras de produção, quanto os consumidores, que tem a garantia da autenticidade da origem e de um padrão de qualidade dos produtos. (TONIETTO, 2002).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que os resultados mostram que os conceitos e os benefícios relacionados à IG dos vinhos por parte dos produtores enseja o desenvolvimento de produtos com qualidade superior, criando, assim, diferencial de mercado. Nesse sentido, uma estratégia que atinja segmentos de mercado com produtos diferenciados, em vez de se ter exclusivamente no aumento da produção e na diminuição dos custos, é uma alternativa mercadológica para produtores conseguirem bons resultados econômicos para a sua produção.

Sendo assim maioria dos consumidores pesquisados estaria disposta a pagar a mais por vinhos que ostentassem IG no rótulo.

REFERÊNCIAS

BOLFE, Edson Luis; SAUTIER, Denis. A importância das indicações geográficas. **AgroANALYSIS**, v.38, n. 11, p. 32-34, 2018. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/agroanalysis/article/download/79551/76111>>. Acesso em: 07 out. 2022.

CERDAN, Claire; BRUCH, Kelly; VITROLLES, Delphine. Gestão e controle pós-reconhecimento das indicações geográficas. **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**, v. 2, 2010. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/37174467/Cap_1_-_Livro_IG.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022 .

DE ALMEIDA, Washington Carlos; AMARO, Elisabete Aloia. A importância das indicações geográficas no atual contexto da empresa agrária. In: **WORLD CONGRESS OF AGRICULTURAL LAW**. p. 463. Disponível em: <<http://wcal2018.syskonf.pl/conf-data/WCAL2018/files/15UMAU%20-%20Book%20of%20Articles.pdf#page=465>>. Acesso em: 07 nov. 2022

DUTRA, Daniel Marcos Resende. Ações públicas e privadas na implantação e desenvolvimento da indicação geográfica do café em Minas Gerais: evolução e perspectivas das iniciativas na visão de seus gestores. 2009. Disponível em: <<http://www.sbicafe.ufv.br/handle/123456789/4351>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

FERNANDÉZ, Maria Gabriela Vázquez. Indicações geográficas e seus impactos no desenvolvimento dos pequenos produtores do Vale dos Vinhedos, RS. **Brasília: FAV. Brasília**, 2012. Disponível em: <http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/AGRARIAS_7/AGRONOMIA/INDICACIONES.pdf>. Acesso em: 5 out. 2022

FIGUEIREDO, Natália Soares. Os produtos artesanais tradicionais vistos como atributo de qualidade e vetor de identidade regional: caso do queijo Minas artesanal. 2013. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/14953>>. Acesso em: 16 nov.

2022.

GLASS, Rogério Fabrício; DE CASTRO, Antônio Maria Gomes. As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos. 2009. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/512617>>. Acesso em: 02 out. 2022.

MAFRA, Luiz Antonio Staub et al. Indicação geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro. 2008. Disponível em: <<https://tede.ufrj.br/handle/tede/712>>. Acesso em: 16 nov. 2022

MARQUES, Livia; WINE, Veroni. Consumo de vinho cresce no Brasil e contraria tendência global: A venda de rótulos finos superou os vinhos de mesa pela primeira vez, e mercado nacional atrai marcas estrangeiras. **Estadão**, [S. l.], p. 1, 12 jun. 2022. Disponível em: <<https://summitagro.estadao.com.br/comercio-exterior/consumo-de-vinho-cresce-no-brasil-e-contraria-tendencia-global>>. Acesso em: 1 nov. 2022.

MEDEIROS, Raphael Vieira; SOUZA, Marcelino de. Vinho e indicação geográfica, entre a inovação e a preservação. **Anais..[do] VIII Simpósio da Ciência do Agronegócio**, 2020. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/218594/001122688.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 nov. 2022.

NIEDERLE, Paulo A. Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das indicações geográficas. **Desenvolvimento Regional em debate**, v. 4, n. 2, p. 21-43, 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5708/570862017003.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

PEREIRA, Rafaela Vieira; TONIETTO, Jorge; MARTINAZZO, Ana Paula. Comparativo dos regulamentos de uso e controles de indicações geográficas de vinhos do Brasil e Itália. **Embrapa Uva e Vinho-Artigo em periódico indexado (ALICE)**, 2016. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/1063928>>. Acesso em: 01 nov. 2022.

TONIETTO, Jorge. O conceito de denominação de origem como agente promotor da qualidade dos vinhos. 2002. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/1054861/1/ToniettoSMVEp1511642002.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2022

WILKINSON, John. A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares- algumas considerações iniciais. **Ensaio FEE**, v. 20, n. 2, p. 64-80, 1999. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277149758_A_contribuicao_da_teorias_francesa_das_convecoes_para_os_estudos_agroalimentares_-_algumas_consideracoes_iniciais>. Acesso em: 16 nov. 2022.