

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E (RE)TERRITORIALIZAÇÃO: O CASO DO VALE DOS VINHEDOS

POLLNOW, Germano Ehler¹; SILVA, Fernanda Novo da³; COSTA, Lisiane Centeno²; BECKER, Cláudio³; SACCO DOS ANJOS, Flávio⁴

¹ Acadêmico do Curso de Agronomia – FAEM/UFPEL, Bolsista PIBIC; ² Acadêmico do Curso de Agronomia – FAEM/UFPEL, Bolsista IEX ³ Doutorandos do Programa de Pós-graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar; ⁴ Professor do Departamento de Ciências Sociais Agrárias, Universidade Federal de Pelotas. E-mail: germanogp13@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Vivemos hoje um cenário onde co-existem duas tendências claramente contraditórias e dialeticamente relacionadas. Por um lado, tem-se um processo de homogeneização sócio-cultural resultante da abertura de economias e da integração de mercados transnacionais; e por outro, a reafirmação do local que (re)constrói e (re)valoriza as identidades históricas, culturais e simbólicas.

Segundo Ortega e Jesiorny (2011, p. 67), é no cenário da globalização que “a diferenciação de produto ganhou relevância e as garantias de qualidade tornaram-se importantes instrumentos de enfrentamento da concorrência, especialmente para produtos de origem agrícola”, ou seja, reflexo do próprio processo homogeneizante ocorre uma espécie de (re)afirmação do local, uma (re)valorização de características locais através de diversas ferramentas, entre elas as Indicações Geográficas (IGs), que atuam como estratégias de desenvolvimento, apresentando-se como vantagem competitiva, num mercado cada vez mais acirrado.

As IGs visam reconstituir a interconexão entre os produtos e os territórios de origem, numa espécie de (re)territorialização, potencializando o desenvolvimento das dinâmicas locais e territoriais e viabilizando aos produtores o acesso aos mercados, demarcando diferenciação, competitividade e agregação de valor pela reputação de garantia de origem e qualidade (NIEDERLE, 2011).

Ao cumprir este papel as IGs passam a representar a valorização das tradições, das práticas sócio-culturais e produtivas e de bens territoriais que se aderem à identidade territorial, inscrevendo-se em contraposição às dinâmicas agroalimentares assentadas em lógicas de globalização, *commoditização* e oligopolização de mercados (NIEDERLE, 2011).

Desde 2002 até os dias atuais, o Brasil soma treze IGs – 11 Indicações de Procedência (IPs) e duas Denominações de Origem (DOs). A pioneira é a IP Vale dos Vinhedos (para vinho tinto, branco e espumante), depois (2005) teve a concessão da IP Região do Cerrado Mineiro (para café); em 2006, é a vez da IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (para carne bovina e seus derivados) e no ano seguinte a IP de Paraty (para aguardente, tipo de cachaça e aguardente composto azulada). Em 2009, saem os registros da IP do Vale do Submédio São Francisco e a IP do Vale dos Sinos (respectivamente, para uva de mesa e maga e para couro acabado). No ano de 2010, surge a primeira DO brasileira, concedida ao Arroz do Litoral Norte (para arroz), e no mesmo ano a IP de Pinto Bandeira (para vinho tinto, branco e espumante). Em 2011 o INPI já forneceu cinco registros: IP Região da Serra de Mantiqueira de Minas Gerais (para café); IP Região do Jalapão do Estado de Tocantins (para artesanato em capim dourado); IP Goiabeiras (para

panelas de barro); a IP Pelotas (para doces tradicionais e confeitaria de frutas); e DO Região da Costa Negra (para camarão)¹.

Vale dizer que o Brasil passa a fazer uso dos signos distintivos mais tardiamente, experimentando um processo mais lento, se comparado com o cenário europeu (SACCO DOS ANJOS e CALDAS, 2010)², mas apresenta expressiva evolução no número de IGs. O fato é que a partir de 2009 o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), órgão encarregado dessa incumbência, concedeu nove dos 13 registros atualmente existentes. Outro fator importante é que mais de 45% das indicações geográficas estão concentradas no estado do Rio Grande do Sul, o que tem, fortalecido, sobremaneira, nosso interesse em desvendar em que medida estas iniciativas contribuem ao efetivo desenvolvimento territorial, no sentido da diversificação e fortalecimento do tecido sócio-produtivo. Isto motiva o interesse em explorar o processo de implantação da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos, a primeira IG brasileira, e ademais discutir algumas impressões iniciais sobre suas potencialidades e limites.

2. METODOLOGIA

O trabalho foi realizado a partir de entrevistas (14) em profundidade realizadas - entre 2009 e 2011, por pesquisadores vinculados ao Projeto *Territórios de Sabores, territórios de Saberes: Estudo sobre estratégias de diferenciação de produtos agroalimentares na Andaluzia e no Rio Grande do Sul* (Edital MCT/CNPq/MEC/CAPES nº 02/2010). As entrevistas foram por mim transcritas e analisadas pelo conjunto de pesquisadores do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia e Políticas Públicas para a Agricultura Familiar (NUPEAR). A partir de um roteiro de questões, as entrevistas foram realizadas junto às vinícolas pertencentes ao Vale dos Vinhedos e à Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) e registradas em gravador digital (com autorização dos interlocutores). Este artigo é resultado preliminar de uma pesquisa em desenvolvimento, cujas informações já possibilitam algumas conclusões preliminares.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A busca pela Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (IPVV) remonta há pelo menos 16 anos, a partir da organização de um grupo de seis empresas vitivinícolas e da delimitação da área geográfica. Segundo informa um dos membros da APROVALE, a motivação inicial era no sentido de divulgar turisticamente a região do Vale e organizar o setor para enfrentar um cenário de dificuldades do setor. Posteriormente vai crescendo a ideia de pensar sobre a criar a IP. Segundo nosso entrevistado, o objetivo era:

“fazer um trabalho da indicação de procedência, que é o primeiro passo, primeiro caminho, uma indicação geográfica, para depois ir para a denominação de origem, que é subir um degrau a mais no topo aí da

¹ As IGs Região do Jalapão do Estado de Tocantins, Goiabeiras, Pelotas e Costa Negra foram deferidas, mas aguardam pagamento de custas para emissão de certificado de registro.

² Os autores também comentam que “si bien la función desempeñada por las IG es un hecho incontestable, también lo es que la excesiva proliferación de estas figuras de protección está, de algún modo, cuestionando su propia eficacia desde el punto de vista de los consumidores, que no aciertan a evaluar de forma clara e inequívoca las supuestas singularidades asignadas a los productos protegidos ni los aspectos positivos con los que se les quiere identificar” (SACCO DOS ANJOS e CALDAS, 2010, p. 208).

certificação dos vinhos [...]. A base da pirâmide nós do Vale já tínhamos feito: vinhos finos. Subimos mais um degrau, indicação geográfica [IP]. E agora subimos no topo da pirâmide, que é a denominação de origem [...]"³

Há que contestar que legalmente a IP não é ante-sala da DO, pois são instrumentos de caráter distinto. A exemplo disto, tem-se no Brasil o deferimento de duas DOs brasileiras que nunca submeteram processos de IP. Esta assertiva encontra par em Niederle (2011). Para ele,

Legalmente, IP e DO constituem dois instrumentos distintos de diferenciação qualitativa, ambos associados à origem geográfica de um produto ou serviço. Em outras palavras, são dispositivos específicos que não conformam "níveis" ou "etapas" de proteção para a mesma coisa. A IP não poderia ser concebida como uma forma de proteção mais flexível que a DO, embora opere deste modo (NIEDERLE, 2011, p. 134; aspas no original).

A IP Vale dos Vinhedos abrange os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, totalizando 81,23 Km². Um conjunto de normas regula a IP, dentre as quais: 85% das uvas devam ser cultivadas no Vale dos Vinhedos, sendo que o sistema de condução ainda admite a latada e a produção restringida a 20 toneladas por hectare. Contempla doze variedades de uvas tintas e 10 variedades de uvas brancas, que devem produzir vinhos tintos e brancos com, respectivamente, no mínimo 12% e 11% de álcool, sem chaptalização⁴. No marco regulatório da IP ainda consta um rol de análises químicas e gustativas, arroladas para avaliar a qualidade e permitir o uso do selo.

Atualmente a APROVALE congrega 31 vinícolas, tendo 28 estabelecimentos associados (hotéis, restaurantes, queijarias, etc.), o que gera um ambiente profícuo para o trabalho associativo e coordenado, que tem sido feito no sentido de promover o território. Há que se notar que existe uma rede de relações que visa projetar uma imagem, através de seus produtos e serviços.

Conforme alerta um entrevistado, o trabalho de desenvolver ou divulgar um local precisa ser mais amplo, *"ele tem que ser regional, tem que ser mais aberto, principalmente quando se fala em turismo né, porque o turista vai circulando. Ele vem uma vez, vem duas, vem três, tem que ter mais opções"*. Trata-se, em suma, de uma proposta de fomento ao enoturismo, para além da promoção de um produto.

Com essa proposta, hoje, o Vale dos Vinhedos não se restringe à identidade de um produto vinculado a um lugar específico⁵, mas informa a cultura colonial da vitivinicultura - a *italianidade em sua essência* – em associação a um modo de vida *do campo*, conjugado às belas paisagens do Vale, permitindo a cada consumidor mergulhar nesse ambiente a partir da atmosfera do vinho.

É nesta perspectiva que Sacco dos Anjos e Caldas (2010), afirmam que estratégias de desenvolvimento necessitam de bases conceituais mais amplas, que abarquem atributos relativos à identidade territorial e não atuar restritivamente com base nas externalidades econômicas de certo produto, processo ou serviço.

³ Cabe comentar que membros da APROVALE e outros entes envolvidos diretamente com o setor vitivinícola tem indicado que a DO já tenha sido conquistada pelo Vale dos Vinhedos. Todavia, ao que informa o INPI esta DO não foi deferida, pois o processo ainda está sob análise. Tudo indica que deverá ser deferida ainda em 2011, sendo a terceira DO brasileira, a primeira de vinhos.

⁴ Chaptalização é o processo de adição de açúcar para que o vinho alcance o mínimo alcoólico.

⁵ O que alega o entrevistado é que "E realmente esse trabalho [da IP], ele foi frutificando, ele foi se solidificando, e hoje, Vale dos Vinhedos é um nome que já repercute internacionalmente. Então a nível de Brasil, falou em vinho, o pessoal já tem na cabeça Vale dos Vinhedos. Até 20 anos atrás se falava vinho na nossa região, vinha na cabeça Bento Gonçalves, pro consumidor..." Todavia, há que se considerar que ainda hoje Bento Gonçalves é referência, o que pode ter ressoado.

Como benefícios deste processo de diferenciação os entrevistados indicam que conquistaram uma legitimidade centrada na qualidade, reconhecimento e notoriedade, o que levou também a uma ampliação de seus negócios como resultado da conquista de espaço e confiança depositada pelos consumidores. Sobre esse aspecto, comenta, com orgulho, um dos entrevistados: “- O Merlot normal eu vendo a R\$ 36, o vinho da DO eu supervalorizei, botei R\$ 60”. Ou seja, apesar dos produtores indicarem que o mais importante reflexo da IP seja a consolidação do seu produto junto aos mercados, a cargo de uma identidade comunicada, cabe agregar que o valor dos vinhos tem crescido sob o signo da IP.

Ademais, tem promovido o desenvolvimento de iniciativas pelo enoturismo, o que tem refletido sobre a ocupação e permanência de um contingente de pessoas no campo, atividades estas não exatamente vinculadas ao estrito âmbito agrícola. Todavia, entende-se que há necessidade de estudos mais profundos que auxiliem a compreender os processos ocorridos nesta rede de relações sócio-produtivas. Inicialmente, os dados indicam a existência de uma atmosfera que propicia o desenvolvimento territorial, a partir da dinamização da economia local. Porém, há estudos (NIEDERLE, 2011) que apontam para controvérsias desta experiência, indicando a fragilidade deste processo, visto que há, ao longo da cadeia, uma participação desigual sobre os benefícios logrados, ou seja, que o conjunto de viticultores ainda não alcançou os resultados desta iniciativa de diferenciação.

4. CONCLUSÃO

Primeiramente, o ponto pacífico é que o Vale dos Vinhedos é, no Brasil, a IG mais consolidada, o que não se deve ao seu pioneirismo, mas, sobretudo por que há uma efetiva dinâmica associativa, que ressoa além do setor vitivinícola. Esta iniciativa tem cobrado grande importância, incentivando o surgimento de várias outras IGs, que se valem dos seus erros e acertos para construir processos singulares.

Com efeito, os produtos de IGs, seja na espécie IP ou DO, tem um apelo, um discurso que busca diferenciá-lo dentro do mercado. O que abstraímos da experiência, bem sucedida, da IPVV é que esta atuou como estopim do desenvolvimento enoturístico, que ao fim e ao cabo tem contribuído para associar o produto ao território, num processo de (re)territorialização.

Todavia, cabe alertar que não se pode supor que o selo irá, por si, manter esta diferenciação entre produtos de uma mesma espécie. No caso estudado, o que o mantém distinto é uma congregação de aspectos que se associam a ele, ou seja, o desenvolvimento do enoturismo, a (re)valorização do patrimônio cultural e paisagístico, o desenvolvimento de um tecido social.

5. REFERÊNCIAS

- NIEDERLE, Paulo André. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França**. 2011. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro. 2011.
- ORTEGA, Antonio César; JEZIORNY, Daniel Lemos. **Vinho e Território: a experiência do Vale dos Vinhedos**. Campinas: Editora Alínea, 2011.
- SACCO DOS ANJOS, Flávio; CALDAS, Nádia Velleda. Indicações Geográficas, desarrollo e identidade territorial: El caso de Vale dos Vinhedos en el sur de Brasil. **Agricultura Familiar em Espanha 2010**, Espanha, v. 1, p. 207 - 214, 2010.